



# CUM PLANIFICI O AFACERE ONLINE



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



## CUPRINS

Pledoarie pentru antreprenoriatul online.....	4
1. CE FEL DE AFACERI ONLINE POȚI AVEA.....	6
1.1. Magazin online.....	6
1.2. Comerț afiliat.....	7
1.3. Traduceri online.....	7
1.4. Specialist SEO.....	7
1.5. Specialist Social Media.....	8
1.6. Blogging profesionist.....	8
1.7. Vlogger.....	10
1.8. Vânzare de produse informaționale.....	10
2. PLANIFICAREA UNEI AFACERI ONLINE.....	12
2.1. De ce ar trebui să scrii un Plan de afaceri.....	12
2.2. Planifică ce vei face cu planul tău.....	14
2.3. Cât de lung ar trebui să fie planul tău și cum îl redactezi.....	15
2.4. Ce trebuie să conțină planul de afaceri.....	16
3. CUM SĂ ÎȚI FINANȚEZI AFACEREA.....	23
3.1. Resursele financiare personale.....	23
3.2. Bootstrapping.....	25
3.3. Părinții și prietenii.....	26
3.4. Investitorii înger.....	27



3.5. Capitalul de risc.....	28
3.6. Creditorii comerciali .....	29
3.7. Programe speciale de finanțare .....	30
3.8. Crowdfunding .....	30
4. BAZELE MARKETINGULUI ȘI SEM.....	32
4.1 Marketing pentru începători.....	32
4.2. Ce este SEM? .....	32
4.3. Cum funcționează o licitație SEM.....	33
4.4. Cum construiești anunțuri care ies în evidență? .....	35
5. MODELE DE AFACERI ONLINE.....	36
5.1. Blogger Profesionist.....	36
5.2. Crearea de produse digitale .....	36
5.3. Creator YouTube .....	38
5.4. Modelul de afaceri Amazon FBA .....	39
5.5. Marketing afiliat .....	41
5.6. Modelul de afaceri al comerțului electronic.....	42
BIBLIOGRAFIE .....	44



## Pledoarie pentru antreprenoriatul online

“Internetul a creat deja mai mulți milionari decât orice alt eveniment de-a lungul istoriei și va continua să producă mai mulți milionari decât orice altă ramură din întreaga lume.”

**Bill Gates**

Ești tânăr, vrei independență financiară dar nu te vezi în poziția de angajat sau pur și simplu simți că deși ai un salariu sigur și nu prea multe griji, nu ești mulțumit de stilul tău de viață. Vrei o schimbare și te gândești că cel mai potrivit pentru tine ar fi să îți deschizi propria afacere. Și fiindcă trăim în vremea internetului de mare viteză și aproape totul se întâmplă online, atunci te gândești că de fapt cel mai potrivit ar fi să ai o afacere online... Acum, după ce omenirea a trecut prin pandemia provocată de COVID 19, multe dintre afaceri a trebuit să-și dezvolte o componentă online. Probabil aceasta este șansa lor de supraviețuire.

Ce înseamnă pentru un tânăr să aibă propria afacere online ? Pai...poate fi împlinirea unui vis, acela de a decide singur ce trebuie să facă.

Dar când vine vorba despre a începe o afacere, riscul cel mai mare este să te împotmolești încă de la început. Antreprenorialul are la bază în primul rând curajul de a începe iar pentru asta este nevoie să ieși din zona de confort.

Și cum nu există antreprenoriat fără ideea de afacere, hai să vedem unde ai putea găsi ideea potrivită pentru afacerea ta. Asta are legătură nu în primul rând cu ceea ce ți-ai dori să faci, cât cu ceea ce știi să faci. Prima întrebare la care trebuie să găsești răspunsul nu este: “cum pot să





mă îmbogățesc dintr-o afacere online”, ci mai degrabă: “la ce mă pricep?” sau “ce îmi place să fac?”. Dă aceluși “ceva” forma unei afaceri! Investește în el timpul, pasiunea și cunoștințele tale!

Locul în care trebuie să cauți este în tine. Evident că asta nu este ușor. E nevoie de curaj, determinare, pasiune și dorința de a reuși.

Ceea ce trebuie să știi e că nu trebuie să renunți dacă nu reușești din prima. Un studiu al CITR Group arată că 92% dintre cei care pornesc o afacere și care întâlnesc eșecul, renunță la antreprenoriat. Aceasta însă e calea cea mai simplă, dar ea pune capăt visului tău, refuzându-i orice altă șansă de reușită.

Perseverența e cheia, iar istoria antreprenoriatului este plină de dovezi în acest sens. Henry Ford înainte să facă istorie a cunoscut falimentul de 5 ori. La fel și Bill Gates. Dat afară de la Harvard, a început un business care s-a dovedit falimentar, pentru că abia apoi să creeze gigantul de astăzi, Microsoft. Povestea colonelului Sanders este probabil una care poate inspira: rețeta lui de pui, care a adus ulterior celebritatea lanțului KFC, a fost refuzată de 1009 restaurante.

Ideile unor afaceri de succes s-au născut din pasiuni, unele aparent neînsemnate, banale. Pasiunea pentru gătit a gospodinei a devenit o afacere de succes fiindcă video-urile ei în care gătește și explică asta cu pasiune, au milioane de accesări. Despre idei noi și modele de afaceri vom vorbi ceva mai târziu în capitolul 3 al acestui Ghid. Indiferent ce pasiuni vrei să transformi în idei de afaceri, astăzi ele nu mai pot exista fără expunere online. Nu contează dacă te gândești să îți vinzi produsele exclusiv prin intermediul unui magazin online sau să te dedici zonei de servicii, pașii pe care trebuie să îi parcurgi sunt cam aceiași.



## 1. CE FEL DE AFACERI ONLINE POȚI AVEA

### 1.1. Magazin online

Comerțul online este una dintre cele mai la îndemână variante pe care le ai la dispoziție ca să îți începi propriul business. Tot ce trebuie să faci este identifici acel produs/ produse pentru care există cerere fie la nivel național, fie internațional. Argument pentru un magazine online ar putea fi următoarele:

- Un magazin virtual este **mai rapid de pornit și mai ieftin** decât unul tradițional;
- Este **permanent deschis**, permite achiziții la ora la care dorește clientul;
- Clienți la nivel național și internațional;
- Nu ai nevoie de angajați numeroși care să lucreze cu clienții;
- Mai multe date referitoare la clienți colectate cu Google Analytics;
- Cu ajutorul unui site bine conceput o afacere mică on line poate avea **anvergura** pe care doar o afacere tradițională mare, o poate avea;
- **Nu există limitare de spațiu** pentru prezentarea produselor, în vitrina unui magazin virtual putând fiind prezent un număr mare de produse pe care le dețin furnizorii;
- **Nu necesită deplasarea** la locul de muncă, magazinul online fiind accesibil proprietarului său de acasă sau de oriunde , oferind acestuia o mare **flexibilitate**;
- Beneficiază rapid de **recomandările clienților** printr-un share pe rețelele sociale;
- Fidelizarea clienților se poate face prin carduri de fidelitate în baza cărora pot primi anumite discounturi.

Promovare este un element important care se poate face prin modul de prezentare a produselor (bine gândit și realizat de un specialist), folosirea unor ambalaje, sacoșe personalizate cu sigla magazinului, etc.



## 1.2. Comerț afiliat

Îți poți construi întreaga afacere online promovând produsele altor persoane pe site-ul tău web și vânzându-le. Poți genera profituri importante din comisioane de afiliere. Te poți lansa în e-commerce direct pe o platformă mare cum este Amazonul, care îți pune la dispoziție toată infrastructura de care ai nevoie, de la depozitare până la ambalare și livrare la clientul final.

Iată pașii pe care trebuie să îi urmezi și taxele pe care trebuie să le plătești dacă vrei să-ți deschizi o [afacere pe Amazon, aici](#).

Vânzarea de produse pe **e-Bay** se poate fi o afacere de succes. Ca și în cazul vânzării pe Amazon, trebuie să identifici mai întâi o nișă de produse și să te familiarizezi cu felul în care funcționează site-ul.

## 1.3. Traduceri online

Cunoașterea temeinică a unei limbi străine îți poate, cel puțin, rotunji veniturile până să decizi dacă vrei sau nu să o transformi într-un mic business. Iar dacă stăpânești limbi mai exotice precum japoneza, chineza, daneza, atunci șansele de a câștiga bani din traduceri online sunt și mai mari.

Firmele de traduceri lucrează, de obicei, cu colaboratori, așa că poți începe prin a-ți oferi serviciile unei astfel de firme, urmând să decizi asupra ofertelor ulterioare pe care le accepți în funcție de disponibilitatea proprie și de sumele pe care vrei să le câștigi.

## 1.4. Specialist SEO

Un specialist SEO este o persoană care, prin diverse tehnici, crește traficul pe un site în vederea creșterii vânzărilor. Pentru a face un astfel de job e nevoie în egală măsură de cunoștințe tehnice, dar și abilități de comunicare și cunoștințe de marketing online. Un specialist SEO trebuie să analizeze și să detecteze erorile și funcționalitățile unui site, să implementeze tehnici de optimizare, de la utilizarea anumitor cuvinte cheie până la generarea de conținut relevant pentru un produs sau un serviciu, și să măsoare evoluția traficului pe un site și să implementeze strategii de creștere continuă.



Există o mare oportunitate de a face bani din optimizarea SEO pentru că mai toate companiile au nevoie de astfel de servicii.

Dacă nu ești specialist dar domeniul ti se pare atractiv și consideri că ai nevoie de cunoștințe și abilități tehnice pentru un astfel de job, poți face cursuri tradiționale sau online cu recuperarea rapidă a investiției.

### 1.5. Specialist Social Media

Un alt job online este cel de specialist social media, adică o persoană care gestionează conturi de Facebook, Instagram, Pinterest sau chiar LinkedIn pentru diverse companii. Specialistul social media stabilește o strategie de conținut relevantă pentru un produs sau serviciu, scrie textele, alege și, eventual, editează fotografiile, setează campanii de marketing online și raportează rezultatele. Cerințele necesare sunt un mix între creativitate și abilități tehnice.

Prețul pentru administrarea unei paginii de social media pornește de la 100 de euro pe lună și poate ajunge mult mai sus, în funcție de serviciile solicitate de client și de numărul de platforme pe care vrea să fie prezent.

### 1.6. Blogging profesionist

Un blogger profesionist este cineva care își câștigă banii din eforturile de publicare online, ceea ce este în comparație directă cu un blogger „hobbyist” care publică pur și simplu pentru distracție.

Acum, este mai ușor ca niciodată [să crezi un blog](#), iar blogul tău poate fi și o sursă mare de venit (dacă știi să [cum să-l faci profitabil](#)).

Reține că nu este suficient doar să crezi un blog și apoi să aștepți ca banii să intre în cont. Trebuie să crezi conținut în mod constant și, de asemenea, trebuie ca acel conținut să educe, să informeze sau să distreze oamenii. Cu alte cuvinte, trebuie să capteze interesul într-un fel.

Mai mult, trebuie să vinzi ceva prin blog. Acesta poate fi spațiu publicitar, produse, postări sponsorizate, coaching, cărți electronice etc.







Dacă ești dispus să te ocupi de asta, pui pasiune, bloggingul poate fi chiar profitabil.

Iată câteva resurse care te pot ajuta să începi primul tău blog:

- [Cum să personalizați blogul WordPress](#)
- [Cum se instalează WordPress Blog pe Bluehost](#)
- [Cum să crești traficul pe blog](#)

Încercarea de a-ți da seama [despre ce să fie blogul](#) este un proces complicat dacă trebuie să răspundă și la întrebarea: **există anumite tipuri de bloguri care fac bani?**

Cu siguranță, unele nișe sunt mai profitabile decât altele, dar cu siguranță că aproape orice tip de blog poate face bani. Și nu este întotdeauna vorba de popularitate.

Există două tipuri de bloguri care fac bani:

- **conținut permanent** (are o durată de viață lungă și este întotdeauna relevant). Conținutul în jurul subiectelor perene este adesea mai competitiv, mai sigur pentru a scrie, deoarece interesul oamenilor pentru acest subiect nu va fluctua, constituind un mod stabil de a obține un venit. Exemple de conținut de interes permanent includ sfaturi de sănătate, sfaturi de antrenament, sfaturi pentru parenting, idei de economisire a banilor și multe altele.

- **conținut în trend**. Conținutul la modă este puțin mai riscant, dar poate fi adesea mai competitiv. Dacă găsești un subiect în trend, cu o concurență redusă, poți face mai rapid bani. Înainte de a crea un astfel de blog trebuie să faci cercetări pentru a vedea care sunt subiectele care au potențial de creștere. În fiecare an, Pinterest lansează un raport despre tendințe care te poate ajuta să identifici unele dintre cele mai populare subiecte de blog pentru sezonul viitor.

*Reține că dacă ideea ta de blog nu se regăsește printre ele, asta nu înseamnă că nu poate fi una profitabilă.*



## 1.7. Vlogger

Cum conținutul video este mult mai atractiv decât cel scris, vlogging-ul este o metodă mai rapidă și mai ușoară decât blogging-ul de a face bani fără a fi angajat. Pentru a-ți face un vlog trebuie să identifici o tematică pe care să o exploatezi, să ai cunoștințe minime de tehnici de filmare și editare video și să ai o strategie de promovare astfel încât să aduni în jurul tău o comunitate cât mai mare de oameni care să te urmărească. Bani pot veni, în special, de la companii care vor să le faci reclamă sub diverse forme.

## 1.8. Vânzare de produse informaționale

Dacă ești un expert în domeniul tău sau cunoști mai mult decât o persoană obișnuită despre un anumit subiect sau abilitate, atunci ai putea dezvolta o afacere care să îți aducă venituri, fără a fi nevoie să deții un magazin online cu produse fizice.

Produsele informaționale sunt una dintre cele mai mari piețe de afaceri online care generează la nivel mondial venituri de miliarde de euro. Oamenii învață cum să cânte la chitară, cum să grădinărească, să tricoteze, e-sport și ...multe altele.

Dovedește-te ca o autoritate în nișa ta, crește o audiență, crește încredere cu acea audiență și oferă-le soluțiile pe care le doresc.

Cea mai importantă cheie aici este că ar trebui să alegi întotdeauna un subiect de nișă despre care nu vei obosi niciodată să afli mai multe. Pasiunea poate fi un instrument important, deoarece te va ajuta să îți canalizezi energia pentru a merge mai departe chiar și atunci când întâlnești obstacole în drum.

Când vine vorba de vânzarea cursurilor online, oamenii își creează canale YouTube și site-uri, conduc webinarii sau scriu cărți electronice pentru a-și împărtăși expertiza cu alții care ar putea fi dispuși să se aboneze sau chiar să plătească pentru ceea ce au de învățat.





Oricare ar fi această nișă, atâta timp cât ai abilitățile și o dorință puternică de a continua învățarea, atunci poți vinde aceste soluții sub forma unui produs informațional.

Nu ai nevoie de investiții importante pentru a începe acest tip de afacere. Lansezi blogul, filmezi videoclipurile respective, faci publicitate pe Facebook și alte site-uri de socializare și crezi o audiență.

Oamenii caută informații online: 8 din 10 persoane din țările dezvoltate merg online pentru a afla informații, 1/3 din locuitorii statelor în curs de dezvoltare utilizează internetul.

Studiile arată că prin intermediul unui blog companiile își cresc cu 97% numărul vizitatorilor site-ului.

Facebook este o altă platformă pe care o poți utiliza pentru a-ți partaja informațiile despre produse. Timpul mediu petrecut pe Facebook este de 20 de minute/sesiune. Iar după pandemia din 2020 timpul mediu petrecut online a crescut semnificativ.



## 2. PLANIFICAREA UNEI AFACERI ONLINE

### 2.1. De ce ar trebui să scrii un Plan de afaceri

A porni o afacere fără a avea o planificare și un plan bine conceput, este cam același lucru cu a pleca spre o destinație necunoscută fără a ști drumul: asta va însemna pierdere de timp și risipă de resurse.

Un plan de afaceri este un document ce descrie în detaliu modul în care o afacere, de obicei una nou înființată, își va atinge obiectivele. Totodată, un plan de afaceri poate fi elaborat și pentru o afacere deja operațională dar care dorește să se dezvolte într-o nouă direcție sau să obțină o finanțare bancară.

Business planul reprezintă astfel o descriere a viitorului afacerii tale, un document care spune ce intenționezi să faci și cum intenționezi să o faci. Scrierea unui plan de afaceri nu presupune prezicerea cu exactitate a viitorului companiei tale. Revizuirea lui în mod regulat îți oferă posibilitatea de a identifica pașii pe care trebuie să îi urmezi pentru a-ți atinge obiectivele.

Pentru inițierea unei afaceri noi fie ea și online, crearea planului necesită un proces îndelung de cercetare, studiu și gândire strategică asupra tipului de activitate pe care vrei să-l demarezi și modului în care aceasta va funcționa și se va dezvolta pe o perioadă de cel puțin 3 ani. Așadar, un plan de afaceri prevede un plan scris din punct de vedere comercial, financiar și operațional.

Un business plan elaborat pentru un start-up trebuie să aibă la bază date statistice ale altor companii care activează în același domeniu de activitate. El trebuie să fie clar, concis, ușor de urmat și să aibă obiective concrete și măsurabile (SMART) care să poată fi ajustate, adaptate permanent la noile condiții.

Planul de afaceri este un instrument care îți arată modul în care va funcționa afacerea ta. Motivele pentru care trebuie să scrii un plan de afaceri sunt numeroase:



➤ *Pentru a evalua potențialul afacerii tale.* Una dintre cele mai valoroase utilizări ale unui plan de afaceri este să te ajute să decizi dacă ideea ta de afacere îți poate îndeplini visele. Nu uita că multe idei de afaceri nu trec niciodată dincolo de stadiul de planificare, deoarece fondatorii lor nu reușesc să elaboreze un plan de afaceri coerent cu obiective realiste. Prin elaborarea planului de afaceri îți vei testa ideea cu cel puțin două variabile.

În primul rând, financiar, pentru a te asigura că această afacere are sens economic.

- Ce investiție inițială va necesita afacerea?
- Când va genera afacerea profit?
- Când îți vei recupera investiția tu și eventualii investitori?
- Care sunt profiturile proiectate să le genereze afacerea de-a lungul timpului?
- Vei fi capabil să te dedici financiar pentru întreaga activitate?
- Ce fel de distribuție a salariului sau a profitului te aștepti să încasezi?
- Care sunt șansele ca afacerea să nu reușească? Ce se va întâmpla dacă acest lucru se va întâmpla?

În al doilea rând, vei obține informații despre stilul de viață pe care îl vei duce. Nu cred că îți dorești o afacere fie ea și de succes pe care să o urăști.

- Unde vei locui?
- Ce fel de muncă vei face?
- Câte ore vei lucra?
- Vei putea lua vacanțe?
- Ce se întâmplă dacă te îmbolnăvești?
- Vei câștiga suficient pentru a-ți satisface stilul de viață dorit?
- Familia ta înțelege și este de acord cu sacrificiile pe care le ai în vedere?



Doar dacă vei răspunde la aceste întrebări vei putea contura potențialul ideii tale de afacere. Ține cont de faptul că nu există răspunsuri greșite. Scopul este pur și simplu să te ajute să decizi cât de bine se potrivește proiectul propus cu obiectivele tale de viață.

➤ *Pentru a te responsabiliza;* Planul stabilește obiective în toate domeniile majore ale afacerii: vânzări, cheltuieli, poziții de angajare și obiective de finanțare. Odată stabilite, țintele devin obiective de performanță. Dacă în planul tău ai scris că la sfârșitul primului an de activitate vei avea 100 de clienți nu vei aștepta ca acei clienți să apară pur și simplu ci îți vei pune în aplicare toate resursele de care dispui pentru a îndeplini acest obiectiv.

➤ *Pentru a monitoriza progresul afacerii.* Când dezvolți o afacere individuală singurul instrument de monitorizare a progresului este Planul de afacere. El te ghidează în parcurgerea pașilor care te conduc la atingerea obiectivelor.

✓ *Este un instrument de recrutare a angajaților sau a viitorilor investitori.* Un plan de afaceri bine scris cu obiective concrete și realiste va fi apreciat de posibiii angajați care îți vor dori să lucreze alături de tine. Dacă aceștia îl înțeleg vor putea să contribuie la atingerea obiectivelor pe care tu le-ai stabilit.

*Redactarea planului de afaceri te obligă să revizuiști totul simultan: valoarea afacerii, ipotezele de marketing, planul operațional, planul financiar și planul de personal. Astfel vei identifica o multitudine de conexiuni pe care altfel le-ai fi ignorat.*

## 2.2. Planifică ce vei face cu planul tău

Înainte să începi scrierea planului tău de afaceri trebuie să răspunzi la întrebarea „Ce voi face cu acest plan?”

Așa cum am spus un plan de afaceri poate fi utilizat pentru mai multe scopuri. În funcție de scopul urmărit vei acorda mai multă atenție unui capitol sau altul.



- *Intenționezi să folosești planul pentru a obține finanțare?* În acest caz, va trebui să te concentrezi foarte atent pe rezumatul executiv, pe management, pe strategia de marketing și pe aspectele financiare.
- *Intenționezi să folosești planul pentru a atrage angajați performanți?* Atunci trebuie să pui accent pe lucruri care pot fi importante pentru aceștia: locație, mediul de lucru, cultura organizațională, salarizare, oportunitățile de creștere.
- *Intenționezi să folosești planul pentru furnizori pentru a demonstra că ești un client de încredere?* Un plan solid de afaceri care îi poate convinge pe aceștia trebuie să evidențieze lista de clienți și graficul rambursării impecabile a datoriilor comerciale din acest plan.

### 2.3. Cât de lung ar trebui să fie planul tău și cum îl redactezi

Tendința actuală în planurile de afaceri este să includă doar elementele fundamentale, cu proiecții bune și analize solide. Un format „ușor de citit rapid” este extrem de important astăzi. Dacă vrei ca oamenii să citească planul tău de afaceri, atunci cel mai bun sfat pentru tine este să îl concepi simplu. Un business plan nu ar trebui să aibă mai mult de 20 - 30 de pagini de text la care poți adăuga circa 10 pagini pentru anexe (grafice, fotografii, schițe etc.).

Când îți redactezi Planul de afaceri nu uita aceste sfaturi:

- **Începe prin a scrie un plan simplificat de o singură pagină** pe baza căruia să construiești ulterior Planul de afaceri detaliat.
- **Nu folosi fraze complicate decât dacă acestea au sens.** Propozițiile scurte sunt în regulă și sunt mai ușor de citit.
- **Folosește un limbaj pe care audiența ta îl va înțelege.** Evită cuvintele cheie, jargonul și acronimele deoarece nu toată lumea este familiarizată cu ele.
- **Folosește diagrame.** Evidențiază în planul tău indicatorii importanți ai afacerii făcându-i ușor de găsit și de înțeles.





- Fii atent la aspectul și imaginea de ansamblu.

## 2.4. Ce trebuie să conțină planul de afaceri

### A. Executive summary.

În cadrul planului de afaceri rezumatul va urma pagina de titlu și nu va depăși o pagină. El este foarte important pentru că indică celui care îl citește ce dorești tu de fapt să faci. Există specialiști care consideră că cel mai bine este să scrii acest rezumat după ce ai terminat de redactat planul de afaceri.

Elementele cheie pe care trebuie să le incluzi în acest rezumat sunt:

- **Informații relevante despre companie:** forma legală, proprietar, capital social, locație etc.
- **Conceptul afacerii.** Descrie afacerea, produsul și piața pe care o va deservi: ce vinzi, cui vinzi și de ce afacerea va avea un avantaj competitiv.
- **Caracteristicile financiare.** Subliniază informațiile financiare importante ale activității: vânzările, profiturile, fluxurile de numerar și randamentul investițiilor.
- **Cerințe financiare.** Precizează clar capitalul necesar pentru a începe afacerea și pentru a se extinde. Ar trebui să detaliezi și modul în care intenționezi să obții acest capital.
- **Realizări majore.** Dacă compania funcționează deja, detaliază orice realizare din cadrul companiei care este esențială pentru succesul afacerii.

#### **NU UITA!**

*Dacă rezumatul este prea stufos nimeni nu îl va citi pentru că va fi foarte clar că afacerea, indiferent de meritele ei, nu va fi o investiție bună, deoarece ești indecis, nu știi cu adevărat ce vrei.*





## B. Descrierea generală a afacerii

Descrierea afacerii începe de obicei cu o scurtă descriere a industriei în care vei activa sau în care activezi deja. Când descrii industria, va trebui să analizezi atât situația prezentă cât și perspectivele viitoare. De asemenea, trebuie să incluzi informații care vizează diferite piețe ale industriei inclusiv informații cu privire la produse/servicii sau tendințe care vor influența pozitiv sau negativ afacerea ta.

Atunci când descrii afacerea trebuie să folosești o structură formată din 4 capitole principale:

- Oportunitatea
- Execuție
- Prezentarea generală a companiei
- Plan financiar

### I. Oportunitatea

Acest capitol este extrem de importantă în planul tău de afaceri deoarece include informații despre problema pe care ai identificat-o, soluția pe care ai găsit-o, clienții tăi și modul în care produsul/serviciul tău se poziționează pe piață. Tot în acest capitol vei scrie ce te diferențiază de concurență și cum intenționezi să te extinzi în viitor.

#### ❖ Descrierea problemei

Vei începe capitolul „Oportunitatea” prin a descrie problema pe care o rezolvi pentru clienții tăi. Definirea problemei pe care o rezolvi pentru clienții tăi este cel mai critic element al planului tău de afaceri și crucial pentru succesul tău în afaceri. Trebuie să găsești răspuns la următoarele întrebări:

- Care este nevoia lor?
- Cum rezolvă ei această problemă în prezent?
- Soluțiile existente la această problema sunt scumpe sau greoaie?



Dacă nu poți identifica o problemă pe care o au clienții tăi potențiali, atunci este posibil să nu ai un concept de afaceri viabil.

#### ❖ Găsirea soluției

După ce ai descris problema trebuie să descrii în planul de afaceri și soluția găsită de tine. Soluția reprezintă produsul sau serviciul pe care intenționezi să îl oferi clienților tăi. Trebuie să răspunzi la întrebări precum:

- Cum rezolv exact problema pe care o au clienții mei?
- Cum ofer această soluție?
- Este soluția mea ceea ce așteaptă clienții?

#### ❖ Piața țintă.

Indiferent de tipul de afacere pe care o inițiezi este foarte important să știi cine sunt clienții tăi și să faci o estimare a numărului acestora. Dacă numărul acestora nu este suficient de mare atunci afacerea ta nu va fi de succes. Identificarea clienților potențiali o vei face printr-o analiza pieței. Pentru început identifică segmentele de piață (grupurile de oameni sau alte companii cărora le poți vinde) și determină cât de mari sunt acestea.

### **Atenție!**

*Nu cădea în capcana să crezi că piața ta este „toată lumea”. Dacă îți închipui că o companie care comercializează pantofi are ca piață țintă toată lumea care are picioare te înșeli. În mod realist trebuie să țintească un segment specific pentru a avea succes: sportivi, oameni de afaceri, tineri, vârstnici, oameni cu venituri modeste etc.*

#### ❖ Clientul ideal.

După ce ai identificat segmentele de piață țintă, va trebui să definești clientul ideal pentru fiecare segment. Pentru asta poți folosi „persoana cumpărător sau „persoana utilizator”.





### ❖ Concurența

Este foarte important pentru afacerea ta să îți cunoști foarte bine concurența. Una dintre cele mai mari greșeli pe care întreprinzătorii debutanți le fac în planurile lor de afaceri este aceea de a considera că nu au concurență. Nimic mai fals. Trebuie să înțelegi că nu ai concurenți doar acele firme care activează în același domeniu de activitate ca și tine, ci toate acele companii care se luptă pentru banii clienților tăi și care oferă alt tip de soluții.

*Când Henry Ford a comercializat prima oară mașinile sale, nu a existat o concurență directă din partea altor producători de mașini - nu existau alte mașini. În schimb, Ford concura cu alte moduri de transport: cai, biciclete, trenuri și mersul pe jos. La o primă analiză ești tentat să crezi că nu exista concurență dar erau alternative la aceeași problemă: deplasarea.*

În planul de afaceri va trebui să descrii această concurență: cine sunt, câți sunt, ce soluții oferă.

**Care sunt avantajele tale competitive față de concurență?**

## II. Execuția

În acest capitol trebuie să descrii modul în care va funcționa compania ta. Vei include planurile, operațiunile de marketing și vânzări, modul în care vei măsura succesul și etapele cheie pe care le vei parcurge.

### ❖ *Planul de marketing și vânzări*

În această secțiune vei descrie modul în care intenționezi să abordezi piața țintă, cum intenționezi să vinzi, care este politica de prețuri, ce activități și parteneriate trebuie să faci pentru ca afacerea ta să aibă succes.





Declarația de poziționare reprezintă prima parte a planului de marketing și vânzări. Ea nu trebuie să fie foarte elaborată. Este suficient să explici unde este poziționată compania ta în peisajul competitiv și prin ce se diferențiază aceasta de alternativele pe care le-ai putea lua în considerare un client.

Stabilirea prețurilor va fi în concordanță cu strategia de poziționare. Prețul transmite un mesaj foarte puternic de comunicare a poziționării către consumatori. Dacă oferi un produs premium prețul va comunica rapid acest mesaj consumatorilor.

Strategia de promovare o vei elabora după ce ai stabilit poziționarea și prețurile. Aceasta ar trebui să includă modul în care intenționezi să comunici cu potențialii tăi clienți pentru a-ți vinde produsul/serviciul. Instrumentele de marketing pe care le vei folosi în această comunicare sunt: publicitate, ambalare, relații publice, promoții de vânzări, vânzări personale.

### REȚINE!

Planul de marketing nu are nicio valoare dacă nu înțelegi cu adevărat către cine faci

#### ❖ Operarea

În această secțiune vei descrie modul în care funcționează afacerea ta: logistica, tehnologia folosită și alte detalii de acest tip. În funcție de tipul de afacere pe care îl începi, este posibil să ai nevoie să descrii doar unele din secțiunile de mai jos:

- Aprovizionarea. Dacă compania ta comercializează produse cumpărate de la alți furnizori este important să incluzi în plan detalii despre: locul din care vin produsele tale, cum îți sunt livrate. Dacă furnizorii tăi sunt din afara țării va trebui să explici cum colaborezi cu aceștia.
- Tehnologia. Dacă ești o companie care activează în domeniul dezvoltării tehnologiei, este esențial ca în planul de afaceri să explici tehnologia produsă de tine și cum funcționează ea. Nu trebuie să dezvălui secrete comerciale în planul de afaceri, dar trebuie să explici de ce



tehnologia ta este diferită și mai bună decât alte soluții oferite de concurență. Poți include informații detaliate în anexe pentru cazul în care cineva va solicita acest lucru.

#### ❖ *Distribuția*

Dacă compania ta se ocupă cu comercializarea produselor, strategia de distribuție este o parte importantă a planului de afaceri.

Distribuția include întregul proces de transfer a produsului de la producător/comerciant la utilizatorul final. Atunci când decizi ce rețea de distribuție alegi este bine să analizezi ce canale de distribuție folosesc concurenții. Poți folosi aceleași canale sau poți opta pentru un canal alternativ.

Strategia de distribuție pe care o alegi pentru produsul/serviciul tău se va baza pe mai mulți factori care includ canalele utilizate de concurența ta, strategia de stabilire a prețurilor și propriile resurse interne.

### **III. Prezentarea generală a companiei și echipa**

În acest capitol, vei analiza structura companiei tale și vei descrie membrii cheie ai echipei. Aceste detalii sunt deosebit de importante pentru investitori, deoarece vor dori să știe cine se află în spatele companiei și dacă aceștia pot transpune o idee într-o afacere de succes.

#### ❖ *Prezentarea generală a companiei*

Prezentarea generală a companiei va fi cel mai probabil cea mai scurtă secțiune din planul tău de afaceri. Poți să elimini această secțiune dacă planul de afaceri este destinat partajării cu partenerii de afaceri și membrii echipei.

Dacă planul de afaceri este destinat unor persoane din afara companiei în această secțiune ar trebui să incluzi: misiunea companiei, structura companiei și dreptul de proprietate, locația, istoricul (dacă compania este deja înființată)



#### ❖ Echipa

Dacă tu crezi că ideea ta de afaceri este suficientă pentru a atrage un investitor sau pentru ca afacerea să reușească te înșeli. Se spune că investitorii nu investesc în idei ci în oameni. Între o combinația dintre o idee excelentă gestionată de o echipă mediocră și o idee mediocră gestionată de o echipă grozavă mulți investitori vor alege cea dea doua combinație.

Prezentarea echipei în planul de afaceri arată că te-ai gândit la rolurile și responsabilitățile pe care le vor avea aceștia în dezvoltarea și creșterea afacerii tale. Echipa nu trebuie neapărat să fie completă în momentul în care elaborezi planul de afaceri. Este important să fii conștient care sunt posturile pe care trebuie să le ocupi și să indici în plan că ești în căutarea persoanelor potrivite.

#### **IV. Planul financiar**

Acesta este ultimul capitol al planului de afaceri. Pentru mulți antreprenori aceasta este partea cea mai dificilă, dar există o multitudine de instrumente și resurse care te pot ajuta să construiești un plan financiar solid.

Ce trebuie să incluzi în acest plan financiar?

- ❖ Prognoza vânzărilor
- ❖ Planul de personal
- ❖ Declarația de profit și pierdere (sau P&L)
- ❖ Utilizarea fondurilor



## 3. CUM SĂ ÎȚI FINANȚEZI AFACEREA

Inițierea și dezvoltarea unei afaceri, fie ea și online, necesită fonduri pe care mulți antreprenori tineri nu le au la dispoziție și nici nu știu unde să le găsească sau cum să le acceseze. O afacere nouă are nevoie de bani pentru a face față costurilor de pornire, iar întreprinderile active trebuie să-și finanțeze creșterea și capitalul de lucru. Există o gamă variată de opțiuni de finanțare dar trebuie să iei în considerare că accesarea lor depinde de o mulțime de factori.

De exemplu o întreprindere care este deja activă are acces la împrumuturi standard pe care băncile tradiționale le acordă pentru dezvoltarea afacerilor. Pentru un start-up, încercarea de a obține un astfel de împrumut se poate dovedi o misiune extrem de dificilă, chiar imposibilă. Un start-up de înaltă tehnologie cu potențial de creștere foarte rapid poate avea acces la investiții care nu ar putea fi obținute de o întreprindere stabilă, dar cu o creștere lentă.

Prin urmare, pentru a face rost de finanțare trebuie să îți adaptezi procesul de căutare specificului companiei pe care dorești să o înființezi sau să o dezvolti.

Este important să înțelegi că găsirea unei finanțări este totuși un demers dificil și pentru a avea acces la ea ai nevoie de un plan bine stabilit.

În acest material îți oferim informații despre câteva surse de finanțare a afacerii tale.

### 3.1. Resursele financiare personale

Dacă te-ai hotărât să devii antreprenor trebuie să știi de la bun început că pentru a pune pe picioare o afacere nu consumi doar timp și energie, ci trebuie să îți riști și banii sau bunurile tale. De aceea prima sursă de finanțare pentru afacerea ta trebuie să fie banii personali. Dacă ai încredere în afacerea pe care vrei să o dezvolti de ce să nu folosești acești bani care nu te costă





nimic? Dacă eziți să îți folosești banii personali pentru că nu ai încredere în planul tău de afaceri atunci de ce să te străduiești să obții o finanțare externă pe care ulterior să o returnezi?

Folosirea banilor personali pentru a-ți lansa afacerea prezintă o serie de avantaje.

- Banii personali sunt cea mai ieftină sursă de finanțare. Orice bani obținuți din finanțare externă vine cu un anumit cost în afara valorii lor intrinseci.
- Folosind banii personali sau obținuți printr-un împrumut personal câștigi încrederea unui potențial investitor. Îl convingi că ai încredere în planul tău și ești dispus să riști.
- Banii personali au altă valoare pentru tine. Îi vei cheltui cu mai multă atenție și rigurozitate decât banii obținuți dintr-o finanțare externă.

Trebuie să iei în calcul și faptul că dacă îți autofinanțezi afacerea îți asumi toate riscurile. Dacă afacerea este un succes tu îți asumi tot meritul și beneficiile, dacă eșuează îți pierzi toate investițiile personale pe care le-ai angajat.

Atunci când apelezi la investiții externe - capitaliștii de risc, investitorii înger - reduci o parte din riscul personal dar renunți, de regulă, la o parte din compania ta, cu toate consecințele care decurg de aici.

Renunțarea la capitalurile proprii sau un anumit procent de proprietate înseamnă, în general, că vei împărți profitul cu altcineva dacă afacerea ta se scalează cu succes și este apoi achiziționată. Capitaliștii de risc și investitorii înger caută, de obicei, să investească doar în companii care au o strategie de ieșire, urmărind să obțină un profit substanțial din vânzarea afacerii tale.

Acesta este unul dintre motivele pentru care mulți antreprenori își asumă riscul folosirii banilor personali. Dacă reușești să construiești o companie fără investitori externi, ajungi să deții totul singur. Nu ai investitori ca șefi (ai clienți, dar asta este cu totul altceva), poți lua propriile decizii, îți controlezi propriul destin.





## 3.2. Bootstrapping

Bootstrapping-ul este definit ca fiind „acea modalitate de a asigura sursele de finanțare ale unei afaceri fără a apela la resurse externe, ci doar făcând economii și folosind cât mai eficient resursele proprii, atât cele monetare, cât și orice alte resurse proprii”. Acest tip de finanțare se poate aplica oricărui tip de afacere, indiferent de structură sau stadiul de dezvoltare.

A face bootstrapping înseamnă:

- Să folosești cât mai eficient resursele financiare interne
- Să economisești în mod optim resursele
- Să fii riguros atât cu investițiile cât și cu cheltuielile

Dacă afacerea ta este în stadiul de start-up și vrei să te finanțezi prin bootstrapping trebuie să ții cont de următoarele sfaturi:

- **Începe afacerea de acasă sau din biroul virtual.** Procedând astfel nu trebuie să te gândești cum să faci rost de bani pentru a plăti chiria pentru un spațiu de birouri sau pentru depozit.
- **Concentrează-te pe funcționalitate.** Dacă vrei să pornești o mică afacere și cumperi aparatură scumpă vei avea șanse foarte mari să dai faliment. În această fază trebuie să fii orientat către funcționalitate și nu spre imagine. Este celebru exemplul lui Steve Jobs care la începuturile companiei Apple a cumpărat pe un preț foarte mic niște uși vechi și niște suporturi de lemn din care a confecționat birouri spunând că îndeplinesc aceeași funcție ca și un birou, dar sunt de 10 ori mai ieftine.
- **Folosește voluntari și interni** atunci când ai nevoie de forță de muncă suplimentară. Vei fi surprins să constăți că există mulți oameni dispuși să te ajute. Trebuie să identifici doar ce îi motivează, iar la final să îi răsplătești într-un mod corespunzător.



- **Folosește inteligent Internetul.** Internetul îți oferă atât de multe oportunități de a plăti mai puțin pentru servicii și produse de care ai nevoie pentru a-ți începe afacerea. Trebuie doar să cauți.
- **Promovează-ți afacerea din gură în gură** pentru că nu trebuie să plătești nimic și generează încredere. Nu trebuie decât să vorbești cu prietenii, cu necunoscuții despre afacerea ta și să îi transformi în susținători ai cauzei tale.
- Concentrează-te pe cash-flow și nu pe profitabilitate.

### 3.3. Părinții și prietenii

Pentru că ești tânăr și nu ai avut când să strângi prea mulți bani, cu siguranță că nu vei avea suficient de mulți pentru a-ți începe afacerea sau pentru a o dezvolta. Dacă nu ai bani personali suficienți, nu ai găsit un investitor-înger, afacerea ta nu este eligibilă pentru fondurilor de risc, băncile nu îți acordă finanțare, ce faci? Apelezi la familie, prieteni, cunoștințe care dețin sume suficiente pentru a susține investiția inițială. Ei te cunosc foarte bine ca om, îți cunosc abilitățile și competențele și dacă au încredere în tine, în planul tău, îți vor acorda cu siguranță finanțarea de care ai nevoie.

Peste tot în lume acest tip de finanțare este extrem de popular datorită avantajelor pe care le oferă:

- **Rapiditate.** Este mai rapid să obții banii de la o persoană cunoscută decât de la orice altă sursă externă.
- **Simplitate.** Persoana cunoscută care îți oferă banii sub formă de împrumut nu îți va cere atât de multe documente oficiale ca un finanțator instituționalizat.
- **Reprezintă pârgă** pentru obținerea unei finanțări de alt tip. Acest tip de finanțare îți facilitează demararea afacerii care îți poate asigura obținerea unei finanțări mai mari din partea unui alt tip de investitor.



Totuși finanțarea obținută de la rude, prieteni include și capcane pentru ambele părți:

- De multe ori, rudele și prietenii nu își permit să piardă banii pe care ți-i oferă ție. Atunci când apelezi la ei trebuie să ții cont de acest aspect. Dacă cei la care apelezi trebuie să își ipotecheze casa pentru a-ți da ție împrumutul nu trebuie să îi lași să facă asta.
- Antreprenorii tind să împrumute mai mulți bani decât au nevoie de la rude sau prieteni și asta nu face decât să încarce inutil afacerea cu cheltuieli și investiții nejustificate.
- O altă eroare a multor antreprenori care apelează la o astfel de finanțare este că nu au un plan foarte precis de returnare a acestor bani. Această lipsă de planificare poate genera frustrări pentru investitori și poate duce la tensiuni între aceștia și antreprenor.
- Majoritatea investițiilor de acest tip se fac fără documente contractuale. Aceasta este o capcana clasica, deoarece, tocmai pentru că suntem „în familie” sau „între prieteni”, simpla mențiune a unui contract notarial este adesea considerată o „insultă” și, de cele mai multe ori se renunță la un astfel de contract.

### 3.4. Investitorii înger

Un investitor-înger este o persoană care dispune de resurse financiare mari și care oferă capital pentru afaceri aflate în stadiul de start-up în schimbul participării ca acționar în companie sau ca împrumut convertibil. Acești investitori sunt extrem de importanți pentru micile afaceri care nu ar putea accesa ușor alt tip de finanțare. Prin această finanțare inițială contribuie la demararea afacerii care să permită ulterior atragerea altor surse de finanțare mai mari. De aceea acest tip de finanțare mai este numit și seed-financing.

Așadar un investitor-înger se va implica fie în afaceri care încă nu au fost lansate pe piață, fie în afaceri aflate la început și care au nevoie de finanțare pentru a crește. Chiar dacă domeniile de activitate în care aceștia se implică sunt diversificate, preferă totuși să investească în afaceri care își propun un randament mare pentru a acoperi rata mare de risc. Afacerile din domeniul





serviciilor care nu necesită fonduri mari, care au și o componentă tehnologică (IT, comunicații) și care oferă în viitor un exit bun, sunt ținte predilecte ale acestora.

Avantajele pe care le ai dacă devii partener cu un investitor-înger sunt:

- Nu ai nevoie de garanție pentru a obține finanțarea;
- Îți oferă sprijin direct și personal în elaborarea strategiei, stabilirea și urmărirea obiectivelor;
- Îți poate furniza contracte utile dată fiind reputația sa în lumea afacerilor;
- Poate găsi surse de refinanțare mai mari dacă compania are nevoie;
- Poate găsi surse de exit cu un randament foarte bun și pentru el și pentru antreprenor.

Ce apreciază un investitor-înger:

- Experiența și realizările anterioare ale antreprenorului în industria în care vrea să investească;
- Reputația antreprenorului, etica acestuia pentru că între cei 2 trebuie să existe o încredere deplină
- Asumarea necondiționată de către antreprenor a unei părți a riscului în respectivul proiect

Investitorii înger sunt mult mai numeroși decât investitorii de risc și de obicei sunt mult mai disponibili pentru startup-uri sau pentru afaceri aflate la început de drum.

Deși investiția înger se aseamănă cu cea de risc exist diferențe importante:

- Investitorii înger sunt persoane sau grupuri care investesc banii proprii
- Investitorii înger preferă să investească în faza de lansare în timp de investitorii de risc așteaptă de obicei câțiva ani de creștere.

### 3.5. Capitalul de risc

Capitalul de risc este un mijloc de finanțare utilizat în general pentru a sprijini companiile și întreprinderile mici care au un potențial de creștere foarte mare. Resursele financiare ale acestora



provin dintr-o varietate de surse: fonduri de pensii private și publice, fonduri de dotare, fundații, corporații și persoane bogate, la nivel internațional. Managerii acestora sunt oameni de afaceri care investesc fondurile altor persoane și au responsabilitatea profesională de a reduce cât mai mult riscurile. Companiile susceptibile de a obține finanțare din partea investitorilor de risc sunt cele care activează în domenii precum comunicații, multimedia, biotehnologie etc.

Ce trebuie să știi despre capitaliștii de risc:

- Nu investesc în startup-uri decât dacă există o combinație ideală de oportunități de produs - oportunitate de piață - experiență managerială;
- Caută afaceri care cred că ar putea crește foarte mult în doar câțiva ani. Ei știu că nu toate afacerile în care investesc vor fi profitabile și de aceea cele câștigătoare trebuie să acopere pierderile.
- Se concentrează pe produse și piețe noi unde vânzările ar trebui să crească exponențial într-un timp scurt. Ei încearcă să lucreze numai cu echipe care s-au ocupat de startup-uri de succes în trecut.

Dacă te-ai gândit să obții o astfel de finanțare pentru a-ți lansa afacerea trebuie să știi că este o misiune incredibil de dificilă. De fapt, mai puțin de 1% din întreprinderile care sunt lansate în fiecare an obțin finanțare de risc.

### 3.6. Creditorii comerciali

Băncile sunt mai puțin dispuse să investească sau să împrumute bani pentru lansarea unei afaceri. Ele sunt, însă, cea mai probabilă sursă de finanțare pentru întreprinderile mici înființate. O afacere care este pe piață de câțiva ani poate genera suficientă stabilitate și active pentru a servi drept garanție. De obicei băncile acordă împrumuturi micilor întreprinderi în baza inventarului sau a conturilor de creanță. În funcție de cele 2 elemente, în baza unei formule, banca determină cât de mult se poate împrumuta compania.



O mare parte a afacerilor mici se finanțează prin împrumuturi bancare bazate pe garanția personală a antreprenorului (bunuri imobiliare). Astfel, capitalul propriu devine cea mai importantă sursă de finanțare pentru întreprinderile mici.

### 3.7. Programe speciale de finanțare

La nivelul UE sau fiecare stat membru lansează programe de finanțare nerambursabile pentru start-upuri sau chiar pentru companii care doresc să se dezvolte. Un astfel de program se poate dovedi o oportunitate foarte bună pentru a-ți finanța afacerea.

Obținerea unei astfel de finanțări presupune o selecție a planurilor de afaceri la care se înscriu foarte mulți antreprenori. Oricine își dorește o finanțare nerambursabilă mai ales la început de drum și de aceea trebuie să fii conștient că nu este deloc ușor să obții acei bani.

Ce trebuie să faci pentru a accesa fondurile unui astfel de program:

- Să te informezi asupra programelor existente și să selectezi varianta potrivită afacerii tale;
- Să studiezi criteriile de eligibilitate, documentația pe care trebuie să o elaborezi, termenul de depunere a cererii, condițiile de derulare a finanțării și de evaluare a proiectului;
- Să alcătuiești documentația necesară și să depui proiectul

### 3.8. Crowdfunding

Crowdfunding-ul este o metodă la modă de finanțare a unei afaceri care presupune convingerea unor persoane să investească în afacerea ta în baza unui parteneriat. În general această metodă se face online și a ajutat la finanțarea multor start-upuri. Ea s-a dovedit o platformă favorabilă pentru tinerii antreprenori lipsiți de resurse financiare.

Nu trebuie să cazi în capcana de a crede că crowdfunding-ul este o baghetă magică, o cloșcă cu ouă de aur care îți transformă visul în realitate. Pentru a obține finanțarea trebuie să ai un plan de afaceri solid cu care să convingi oamenii să investească în ideea ta de afacere.





Dacă ai o idee de afaceri pe care o consideri de succes și vrei să vezi cât de mult capital și câtă atenție generează în mediul online începe prin a-ți elabora mai întâi planul de afaceri.



## 4. BAZELE MARKETINGULUI ȘI SEM

### 4.1 Marketing pentru începători

American Marketing Association (AMA), definește marketingul ca fiind "activitatea, mulțimea de instituții și procesele de creare, comunicare, livrare și schimb de oferte care au valoare pentru cumpărători, clienți, parteneri și societate în general".

În accepțiunea generală, **marketingul** reprezintă "știința și arta de a convinge clienții să cumpere".

Oamenii petrec din ce în ce mai mult timp online, deci și felul în care ei cumpără s-a schimbat: marketingul tradițional nu mai este la fel de eficient cum era în urmă cu câțiva ani.

Marketingul a fost întotdeauna despre conectarea cu publicul în locul potrivit și la momentul potrivit. Astăzi, acest lucru înseamnă că trebuie să ne conectăm cu publicul țintă exact acolo unde își petrece timpul: în mediul online.

Marketingul prin intermediul motoarelor de căutare (SEM) poate oferi numeroase oportunități de promovare a unui serviciu sau produs. Publicitatea tradițională transmite un mesaj către toată lumea, însă marketingul prin intermediul motoarelor de căutare vizează un grup foarte exact de persoane: utilizatorii care caută activ anumite produse și servicii. Puteți folosi publicitatea online pentru a vă adresa direct viitorilor clienți.

### 4.2. Ce este SEM?

**SEM** este un acronim ce înseamnă **Search Engine Marketing** sau marketing prin intermediul motoarelor de căutare. Mai exact, SEM este o tehnică de marketing ce plasează anunțuri publicitare în paginile de rezultate ale motoarelor de căutare în baza cuvintelor cheie folosite de către utilizatorii online pentru a căuta diverse informații.

În mediile tradiționale, dacă reclama ta apare undeva, vei plăti pentru asta, chiar dacă nimeni dintre cei care o vizualizează nu este interesat de tipul produselor sau serviciilor oferite de firma







ta. Spre deosebire de marketingul tradițional, cel prin motoare de căutare targetează oamenii interesați de produse similare cu ale tale.

SEM permite folosirea spațiului de publicitate când oamenii caută după cuvinte cheie relevante pentru afacerea ta.

SEM este o formă de publicitate online eficientă, deoarece utilizatorii ce caută informații prin intermediul motoarelor de căutare își declară de fapt interesul față de ceea ce își doresc (să afle sau să chiar să cumpere). Acest lucru permite companiilor să liciteze pe cuvintele cheie ce compun aceste căutări, pentru a afișa un mesaj relevant pentru interesul exprimat al utilizatorilor.

Folosit corect, SEM reprezintă un mod eficient de achiziție de vizitatori pentru un site și conversie a acestora în potențiali cumpărători, oferindu-ți oportunitatea de a ajunge la potențialii tăi clienți, fără a investi sume mari de bani în marketing pentru a genera notorietate brandului tău. Toate acestea cu returnarea cheltuielilor publicitare ( ROAS- return on ad spend).

Specifică pentru SEM este plata doar în cazul unui click pe reclama ta. În cazul în care anunțul tău apare, dar nimeni nu dă click pe el, nu vei fi taxat. O astfel de publicitate se numește **Pay Per Click advertising**.

Un aspect important al [optimizării site-ului pentru motoarele de căutare](#) este că ajută atât utilizatorii cât și motoarele de căutare să înțeleagă în detaliu conținutul site-ului tău și cum pot fi paginile acestuia utile pentru utilizatori. De aceea este foarte important să îți cunoști potențialii clienți și să încerci să le oferi conținut relevant prin intermediul site-ului tău.

### 4.3. Cum funcționează o licitație SEM

Atunci când firmele concurează pentru a afișa anunțuri pe aceeași pagină cu rezultatele căutării, motoarele de căutare folosesc licitația pentru a stabili ce anunțuri se afișează și în ce ordine. Derularea unei campanii de marketing axată pe SEM necesită efectuarea unei cercetări de piață prealabilă, alegând cuvintele cheie potrivite și redactând un mesaj scurt, precis, dar convingător.



Fiecare sistem SEM funcționează pe baza unei **licitații**. Dacă te-ai hotărât să te înscrii la o astfel de licitație trebuie să ții cont și de alți factori nu doar de preț.

În pagina cu rezultate se găsesc listările organice, adică cele gratuite și anunțurile plătite. Motoarele de căutare limitează spațiile pentru anunțuri plătite care pot apărea pe o pagină. Advertiserii intră în competiție (licitație) pentru acele **sloturi**. Anunțurile câștigătoare apar în locurile mai bune, pe pagina cu rezultate, cele de sus.

Cum funcționează această licitație? Evident, ca orice licitație. Plasezi o ofertă (un **bid**) care îți determină performanța. Dar nu se rezumă totul la bid. Mai contează și relevanța anunțului tău.

***O licitație se câștigă când ai un bid competitiv și o relevanță mărită.***

Bid-urile competitorilor se pot schimba în orice moment, deci este foarte importantă urmărirea lor permanentă pentru rezultate optime. **Relevanța** se măsoară pe o scară de la 1 la 10 și este data de **potrivirea dintre anunțul tău și căutările oamenilor**. Astfel fiecare anunț primește din partea motorului de căutare un scor al calității în funcție de relevanță.

Când doi competitori au același bid, cel cu scorul calității mai mare are întâietate. Este importantă revizuirea permanentă a campaniilor SEM pentru a găsi noi metode de a deveni relevant.

Prețul pe care ești dispus să-l plătești per clic (max cpc) și scorul de calitate îți vor determina performanța în licitație. Relevanța primează. Chiar și cu un bid mare, dacă scorul relevanței e mic, risți ca anunțul tău să nu se afișeze deloc. În reclamă este importantă potrivirea cu termenii după care oamenii caută. Așa poți obține poziții mai bune pentru anunțuri, fără costuri suplimentare.

Marketingul online are la bază **cuvinte/expresii cheie**. Fără a ști valoarea adusă afacerii de aceste cuvinte cheie nu poți ști dacă faci o investiție bună sau nu. Dar cum poți afla ce valoare aduc cuvintele cheie înainte de a începe campania? În primul rând cuvintele cheie trebuie să fie relevante, să descrie îndeaproape activitatea/serviciile afacerii. Un ghid bun este traficul pe care-l poate avea un cuvânt cheie. Există și instrumente de analiză și estimare a traficului per cuvinte



cheie. Dar în cele din urmă trebuie să determini, prin încercări succesive, care cuvinte sunt cele mai potrivite.

**Ad-rank-ul** - factorul care dictează scorul unei licitații -se calculează ca produs între bid și relevanță.

Puteți vedea unde se afișează anunțurile dvs. pe pagina Google cu rezultatele căutării, dacă verificați [valorile de afișare în prima poziție sau în primele poziții](#).

#### 4.4. Cum construiești anunțuri care ies în evidență?

Când cauți online, multe dintre reclamele de pe pagina de rezultate seamănă între ele. E foarte ușor ca reclama ta să se piardă într-un astfel de context. E timpul să crezi ceva unic care să te diferențieze de competiție.

Iată câteva sfaturi după care te poți ghida:

- **Pune accent pe relevanța.** Scrie titlul reclamei astfel încât să se potrivească cu căutările oamenilor! Caută cuvintele cheie relevante și folosește-le în reclama ta!
- **Fă în așa fel încât oferta ta să se evidențieze.** Poți face asta adăugând la prima linie ceva care să atragă atenția clientului (de exemplu o reducere de 25% la prima achiziție de pe site).
- E bine ca reclama ta să conțină un **îndemn la acțiune** (studiile psihologie arată că oamenii reacționează pozitiv la astfel de îndemnuri de acțiuni specifice). Exemplu: "Cumpără acum!", "Fă o rezervare!" sau...și mai bine "Vizitează standul nostru online!" etc. Acest îndemn e bine să apară în linia a 2-a.

#### Reține!

- **Concepe titlul încât să corespundă căutărilor**
- **Include o ofertă specială**
- **Scrie un call-to-action convingător**
- **Scrierea reclamelor eficiente este un proces continuu, asemenea cercetării cuvintelor cheie sau monitorizării prețurilor licitațiilor**





## 5. MODELE DE AFACERI ONLINE

După ce ai stabilit stilul de viață pe care ți-l dorești și motivul pentru care pornești o afacere online, e momentul să analizezi câteva modele de astfel de afaceri pentru a putea decide care ți se potrivește cel mai bine.

### 5.1. Blogger Profesionalist

- **Curba de învățare:** scăzută
- **Timp de profit :** 6 luni
- **Potențial de câștig :** 10.000 USD + pe an
- **Costuri de pornire :** 100 USD +
- **Cerință de timp :** scăzut
- **Pasiv :** Nu

Venitul tău poate proveni dintr-o serie de surse, cum ar fi promovarea produselor și serviciilor altor companii, vânzarea spațiului de publicitate display sau chiar crearea și vânzarea propriilor produse digitale.

Partea cu adevărat importantă despre a fi blogger profesionist este nevoia de foarte puține investiții pentru a începe - ai nevoie de un computer, o conexiune la internet, un site web (gratuit sau plătit) și capacitatea de a scrie într-un mod care să angajeze oamenii. Poți, de asemenea, să conduci acest tip de afacere de oriunde din lume, este exact ceea ce fac mulți „nomazi digitali”.

Potențialul tău de câștig în calitate de blogger este aproape nelimitat, dar necesită timp pentru a-ți construi publicul și veniturile. Acestea fiind spuse, cei mai prolifici bloggeri profesioniști câștigă de la 10.000 USD la 100.000 USD pe lună

### 5.2. Crearea de produse digitale

- **Curba de învățare:** mediu





- **Timp de profit** : 3 luni
- **Potențial de câștig** : 1.000.000 USD + pe an
- **Costuri de pornire** : 500 USD +
- **Cerința de timp** : mare
- **Pasiv** : Da

Crearea de produse digitale este procesul de creare a unor produse non-fizice pe care clienții le pot descărca de pe site-ul tău.

Timp de mulți ani, singurul tip de produs digital vândut online a fost cartea electronică, dar acum produsele digitale pot include tutoriale video, produse software, aplicații pentru smartphone, șabloane digitale, cărți Kindle, tutoriale audio, fotografii de stoc, piese audio stoc, sau orice alt tip de conținut care poate fi produs într-un format digital. Aceste tipuri de produse pot fi create rapid, și la un cost foarte scăzut.

Produsele digitale pot crea fluxuri de venituri pasive pentru orice antreprenor digital în devenire, cu un potențial de venit aproape nelimitat. Asta dacă a creat produsul potrivit pentru piața potrivită.

Produsele digitale îți permit să rezolvi problemele altor persoane din confortul casei tale, iar ei primesc răspunsurile la întrebările lor speciale aproape imediat și într-un format pe care îl pot folosi pe computerul de acasă sau chiar pe smartphone-ul lor.

Primul pas în crearea unui produs digital de succes este de a cerceta piața înainte. Odată ce ai stabilit că există o piață pentru produsul tău, trebuie să te ocupi de crearea acestuia. Acest lucru poate fi la fel de simplu ca punerea laolaltă a informațiilor în Microsoft Word și apoi compilarea ca un fișier PDF, sau ar putea însemna interviuarea mai multor experți pe un anumit subiect și apoi asamblarea ca un produs audio.



Concentrează-te pe calitate mai mult decât pe cantitate, și păstrează întotdeauna în minte scopul de a răspunde la întrebările cele mai arzătoare ale momentului.

Când produsul digital este gata, ai opțiunea fie de a-l vinde direct de pe propriul site web, fie de a utiliza o piață digitală, cum ar fi ClickBank sau Udemy.

Există argumente pro și contra pentru fiecare dintre ele, dar începătorii în marketing de produse digitale pot simplifica procesul prin utilizarea unei companii ca ClickBank, sau o altă piață digitală.

Ei fac toată munca grea pentru tine, și asta poate salva o grămadă de bani în primele zile ale afacerii tale de produse digitale.

Udemy este conceput special pentru cei interesați în crearea de tutoriale video.

### 5.3. Creator YouTube

- **Curba de învățare** : scăzută
- **Timp de profit** : 1 lună
- **Potentialul de castig** : 1000 \$ + / luna
- **Costuri de pornire** : 0 USD +
- **Cerința Timp** : Medie
- **Pasiv** : Nu

Programul de parteneri YouTube înseamnă că poți înregistra videoclipuri, le poți încărca pe YouTube și apoi poți fi plătit atunci când oamenii le urmăresc.

Tot ceea ce ai nevoie este un smartphone sau laptop și webcam pentru a începe. Poți începe să câștigi bani aproape instantaneu și nu va trebui niciodată să îți faci griji cu privire la modul de configurare a unei pagini web sau de a construi o listă de clienți.

YouTube își plătește creatorii video de top cu milioane de dolari în fiecare an, deci sigur ai putea încerca o astfel de activitate dacă poți crea conținuturi care stârnesc interes.





Nu orice videoclip YouTube pe care îl vezi pe Internet va aduce aceste tipuri de câștiguri. Oamenii care câștigă foarte mulți bani s-au dedicat realizării videoclipurilor care stârnesc interesul și generează acțiuni în social media. În industria muzicală există situații în care o persoană pune un videoclip online și pur și simplu numărul vizualizărilor explodează.

Pe YouTube apar anunțuri înainte de începerea videoclipului sau când se termină, cu un timp minim de vizualizare pentru cei care doresc vizionarea unui video.

Sponsorii plătesc YouTube pentru a-și afișa anunțurile și de fiecare dată când faci clic pe un anunț YouTube este plătit. Când vei participa la Programul de parteneriat cu YouTube vei primi o parte din acești bani, aproximativ 55%. Aceasta înseamnă că poți începe să câștigi bani imediat.

Poți câștiga bani și prin marketingul afiliat, ceea ce înseamnă că vei face recenzii despre produse și le vei împărtăși cu alții prin videoclipurile tale.

Există mii de oameni din întreaga lume care doresc să vadă cum funcționează un produs înainte de a-l achiziționa. Poți profita de asta creând un videoclip care arată cum funcționează acel produs. Aceasta este una dintre cele mai ușoare metode de a începe în acest domeniu și ea poate genera venituri chiar mari. Pur și simplu găsești un produs care îți place și discuți despre el; arăți oamenilor ce îți place și ce nu îți place despre produs și dacă l-ai recomanda sau nu.

Pe videoclipul tău vor apărea reclame pe care oamenii pot face clic pentru a obține informații suplimentare despre respectivul produs și vei câștiga atunci când oamenii fac clic pe ele.

Cu cât produci mai multe videoclipuri, cu atât este mai mare probabilitatea ca unul dintre ele să devină viral. Este nevoie de muncă susținută: mulți dintre cei bogați azi și-au construit companiile prin dedicare persistentă, în timp ce puțini au devenit milionari peste noapte.

#### 5.4. Modelul de afaceri Amazon FBA

- **Curba de învățare** : mediu
- **Timp de profit** : 4 luni





- **Potențial de câștig** : 10.000 USD + lună
- **Costuri de pornire** : 1.000 \$ +
- **Cerința Timp** : Medie
- **Pasiv** : Nu

Modelul de afaceri Amazon FBA (Fulfillment by Amazon) este cel cu care poți avea propria gamă de produse prezentate pe Amazon, care se ocupă de ambalare, transport și servicii pentru fiecare articol pe care îl vinzi.

Poți alege să fie expediat un număr mic de produse pe care le-ai achiziționat local cu o reducere la Amazon sau poți alege să utilizezi o fabrică de peste mări pentru a fabrica o serie de produse pentru tine. Comenzile clienților tăi sunt onorate de Amazon.

În loc să trebuiască să-ți creezi propriul site web de comerț electronic pentru a vinde aceste produse, poți folosi puterea de vânzare a Amazon, deoarece există mai multe șanse ca oamenii să cumpere de la o companie online pe care o cunosc și în care au încredere.

Când operezi o afacere FBA, vinzi produse fizice care sunt livrate clienților tăi, ceea ce este un model de afaceri foarte diferit de marketingul Amazon Associate sau de construirea de site-uri web AdSense, de exemplu.

Acest model de afaceri este ideal pentru oricine dorește o afacere mai practică, care poate fi extinsă pentru a genera milioane de dolari în fiecare an, construindu-și totodată noul nume de marcă.

Iată câteva sfaturi pentru a profita la maxim de afacerea FBA:

- Creează un magazin specializat pentru un singur tip de produs, de exemplu, jucării, articole electronice sau altele. Nu crea un magazin cu o gamă diversificată de articole.
- Dacă ai produse fabricate peste mări, trucul este să analizezi ceea ce se vinde deja și să răspunzi la cererea respectivă.





- Produsele unice se vând mult mai repede și în volume mai mari decât produsele pe care le poți găsi într-un magazin local sau în orice alt magazin online.
- Fă un studiu de piață când îți vin idei pentru propriile produse. Dacă nu există deja, este probabil pentru că nu există nicio cerere, ai creat ceva complet nou, sau altcineva a încercat și a eșuat deja pe piața respectivă.
- Comandă eșantioane de la mai mulți producători, până când vei găsi unul care îți oferă exact produsul pe care l-ai avut în minte.
- Transportă cu 10% mai mult stoc decât crezi că vei avea nevoie pentru a acoperi întârzierile în transportul internațional.
- Concentrează-te să-ți promovezi produsul imediat ce listarea sa va fi activă, iar Amazon va face toată munca de vânzare pentru tine.

## 5.5. Marketing afiliat

**Curba de învățare :** scăzută

**Timp de profit:** 3 luni Amazon/1+ alte tipuri

**Potențial de câștig:** 10.000 USD + lună

**Costuri de pornire :** 100 USD +

**Cerința timp :** scăzut (Amazon)/ mediu alte tipuri

**Pasiv :** Da

Marketingul afiliat este practic procesul de a câștiga un comision prin promovarea produsului altcuiva.

Există două moduri principale de a face marketing afiliat:

- **Produse informative.** Promovezi produse precum ebook-uri, site-uri de membru, seriale video etc. Acest tip de marketing afiliat îți poate aduce un comision de până la 50%, are bariere relativ mici la intrare și este ușor să găsești produse pentru promovare.





- **Partenerii Amazon.** Există milioane de produse din care poți alege și poate fi o afacere destul de profitabilă. Pentru mai multe informații, poți consulta [Programul Amazon Associates](#).

Înainte de a începe marketingul afiliat, ar fi bine să dobândești competențele minime despre SEO și redactare ([ghidul pentru începători la SEO](#) )

Programul de asociere Amazon este o platformă de marketing afiliat concepută pentru editorii online care caută modalități de a genera venituri de pe site-urile lor web.

Prin înscrierea în Programul Asociat Amazon, ți se oferă un set de instrumente care îți permit să creezi linkuri către orice produs pe Amazon. Când vizitatorii site-ului tău web fac clic pe link-urile acestea sunt trimiși direct la Amazon și dacă fac o achiziție câștigi un comision.

Ai nevoie de un site web activ pentru a aplica pentru a deveni Amazon Associate și există un proces de aprobare, astfel încât acceptarea ta nu este garantată din start.

Construirea unei afaceri de marketing Amazon Associate necesită foarte puține expertize tehnice și poate genera sume substanțiale de bani.

Ca și în cazul altor modele de marketing afiliat, cea mai mare parte a activității implicate în crearea unui site web de afiliere Amazon poate fi externalizată, astfel încât tot ce ai nevoie este o idee bună și disponibilitatea de a afla cum funcționează acest tip de afacere online.

În calitate de asociat Amazon, ți se permite să te conectezi la orice produs prezentat pe Amazon și să câștigi un comision (taxa de trimitere) între 4% - 8%, în funcție de tipul de produse pe care le promovezi.

Fiecare comision câștigat este apoi adăugat la soldul contului tău, care îți este plătit la fiecare 90 de zile, fie prin cec, fie prin depunere directă în contul tău bancar.

## 5.6. Modelul de afaceri al comerțului electronic

**Experiența necesară:** Mediu





**Costuri de început** : Mediu (1.500 USD +)

**Costurile menținute** : mediu

**Investiția timpului** : Mediu

**Profitabilitate** : Mediu (posibil pasiv)

Acest model de afacere online se bazează pe vânzări în una din următoarele trei categorii:

- **produse fizice**: haine, încălțăminte, cărți, echipamente electrice și orice altceva se poate atinge fizic;
- **produse digitale**: software, cărți electronice, muzică digitală, educație digitală și formare;
- **dropshipping**: este o formă din ce în ce mai populară de comerț electronic care implică de obicei vânzarea de produse fizice, dar pentru care nu deții niciodată stocul sau nu trebuie să îndeplinești comanda.

Dropshipping-ul ca și marketingul afiliat asigură din ce în ce mai greu succesul din cauza concurenței ridicate și saturației pieței. Dar rămâne o opțiune populară deoarece costurile de pornire (atât bani, cât și timp) sunt mici comparativ cu celelalte două opțiuni. Deoarece nu deții singur stocul, există mai puține riscuri și costuri.



## BIBLIOGRAFIE