Πώς να σχεδιάσετε μια διαδικτυακή επιχείρηση

e-mprover

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

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο του συγγραφέα και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

Εταίροι

Smart Educational Projects

(Ρουμανία)

https://www.sep-ngo.eu/

IED - Institute of Entrepreneurship Development

(Ελλάδα)

http://www.ied.eu/

Inercia Digital

(Ισπανία)

http://www.inerciadigital.com/

Info Log

(Ιταλία)

http://www.infologsrl.it/

Περιεχόμενα

Προάσπιση της διαδικτυακής επιχειρηματικότητας..... 5

1.Τι είδους επιχείρηση μπορείτε να κάνετε στο διαδίκτυο..... 8

1.1 Διαδικτυακό κατάστημα.....8

1.2 Εμπόριο θυγατρικών.....9

1.3 Διαδικτυακή μετάφραση.....10

1.4 SEO specialist.....10

1.5 Social media specialist.....11

1.6. Επαγγελματίας blogger.....11

1.7. Vlogger.....13

1.8. Πώληση προϊόντων πληροφόρησης.....13

2.Σχεδιασμός μιας online επιχείρησης.....15

2.1 Λόγοι για τους οποίους πρέπει να γράψετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο.....15

2.2 Σχεδιάστε τι πρόκειται να κάνετε με το σχέδιό σας.....18

2.3 Πόσο μεγάλο πρέπει να είναι το σχέδιό σας και πώς να το γράψετε.....19

2.4 Τι πρέπει να περιέχει ένα επιχειρηματικό σχέδιο.....19

3. Πώς να χρηματοδοτήσετε την επιχείρησή σας..... 28

3.1 Προσωπικοί οικονομικοί πόροι.....29

3.2 Bootstrapping.....30

3.3 Οι γονείς και οι φίλοι σας.....32

3.4 Άγγελοι-επενδυτές.....33

3.5 Κεφάλαιο επιχειρηματικού κινδύνου.....35

3.6 Εμπορικοί πιστωτές.....36

3.7 Ειδικά χρηματοδοτικά προγράμματα.....36

3.8 Crowdfunding.....37

4. Βασικά στοιχεία μάρκετινγκ και SEM 38

4.1 Marketing για αρχάριους.....38

4.2 Τι είναι το SEM.....38

4.3 Πώς λειτουργεί μια δημοπρασία SEM.....40

4.4 Πώς μπορείτε να δημιουργήσετε διαφημίσεις που ξεχωρίζουν;.....42

5. Παραδείγματα online επιχειρήσεων 44

5.1. Επαγγελματίας blogger.....44

5.2. Δημιουργία ψηφιακών προϊόντων.....45

5.3 Δημιουργός YouTube.....46

5.4 Επιχειρηματικό μοντέλο FBA Amazon.....48

5.5. Δημιουργία ψηφιακών προιόντων 50

5.6.Επιχειρηματικό μοντέλο ηλεκτρονικού εμπορίου.....52

Βιβλιογραφία..... 53

Προάσπιση της διαδικτυακής επιχειρηματικότητας

"Το Διαδίκτυο έχει δημιουργήσει περισσότερους εκατομμυριούχους από οποιοδήποτε άλλο γεγονός στην ιστορία του κόσμου και θα συνεχίσει να παράγει περισσότερους εκατομμυριούχους από οποιαδήποτε άλλη βιομηχανία στον κόσμο."**Bill Gates**

Είστε νέοι, ονειρεύεστε να είστε οικονομικά ανεξάρτητοι, αλλά δεν μπορείτε να φανταστείτε τον εαυτό σας ως υπάλληλο ή απλά αισθάνεστε ότι ακόμη και αν έχετε καλό μισθό και λιγότερες ανησυχίες, δεν είστε ικανοποιημένοι με τον τρόπο ζωής σας. Χρειάζεστε μια αλλαγή και πιστεύετε ότι το καλύτερο για εσάς θα ήταν να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση. Και δεδομένου ότι ζούμε στην εποχή του ευρυζωνικού διαδικτύου όπου ουσιαστικά όλα συμβαίνουν στο διαδίκτυο, νομίζετε ότι στην πραγματικότητα το καλύτερο πράγμα που μπορείτε να κάνετε είναι να ξεκινήσετε μια διαδικτυακή επιχείρηση ... Τώρα, αφού ολόκληρος ο κόσμος έχει βιώσει την πανδημία που προκαλείται από το COVID 19, πολλές εταιρείες αναγκάστηκαν να δημιουργήσουν ένα διαδικτυακό στοιχείο. Αυτή μπορεί να είναι η ευκαιρία τους να επιβιώσουν.

Τι σημαίνει για ένα νέο άτομο να έχει τη δική του διαδικτυακή επιχείρηση; Λοιπόν, αυτό μπορεί να είναι ένα όνειρο που θα γίνει πραγματικότητα, αυτό που κάνει τις δικές σας αποφάσεις.

Αλλά όταν πρόκειται να ξεκινήσετε μια επιχείρηση, ο μεγαλύτερος κίνδυνος είναι να κολλήσετε από την αρχή. Η επιχειρηματικότητα έχει να κάνει με το θάρρος να ξεκινήσει και για αυτό πρέπει να εγκαταλείψει τη ζώνη άνεσής τους.

Και επειδή δεν μπορείτε να έχετε επιχειρηματικότητα χωρίς επιχειρηματική ιδέα, ας δούμε πού θα βρείτε το σωστό για την επιχείρησή σας. Δεν πρόκειται για το τι θα θέλατε να κάνετε, αλλά για το τι μπορείτε να κάνετε. Το πρώτο ερώτημα στο οποίο πρέπει να απαντήσετε δεν είναι "πώς

μπορώ να γίνω πλούσιος στο Διαδίκτυο", αλλά μάλλον: "σε τι είμαι καλός; "ή" τι μου αρέσει να κάνω; ". Διαμορφώστε αυτό το" κάτι "σε μια επιχείρηση! Επενδύστε το χρόνο σας, το πάθος σας και τις γνώσεις σας!

Το μέρος για αναζήτηση είναι μέσα σας. Σίγουρα αυτό δεν είναι εύκολο. Χρειάζεται θάρρος, αποφασιστικότητα, πάθος και επιθυμία για επιτυχία

Αυτό που πρέπει να γνωρίζετε είναι ότι δεν πρέπει να σταματήσετε εάν δεν πετύχετε στην αρχή. Μια μελέτη που πραγματοποιήθηκε από το CITR Group δείχνει ότι το 92% αυτών που ξεκινούν μια επιχείρηση και αποτυγχάνουν, εγκαταλείπουν την επιχειρηματικότητα. Είναι η ευκολότερη διέξοδος, αλλά τελειώνει το όνειρό σας, στερώντας από οποιαδήποτε άλλη ευκαιρία για επιτυχία.

Η επιμονή είναι το κλειδί και η ιστορία της επιχειρηματικότητας το αποδεικνύει πλήρως. Ο Χένρι Φορντ χρεοκόπησε 5 φορές πριν κάνει ιστορία. Το ίδιο συνέβη και με τον Μπιλ Γκέιτς. Απολύθηκε από το Χάρβαρντ, ξεκίνησε μια επιχείρηση που χρεοκόπησε, αργότερα για να δημιουργήσει τον σημερινό γίγαντα, τη Microsoft. Η ιστορία του συνταγματάρχη Σάντερς είναι πιθανότατα μια εμπνευσμένη: η συνταγή κοτόπουλου του, η οποία αργότερα έκανε τη διάσημη αλυσίδα KFC, είχε απορριφθεί από 1009 εστιατόρια.

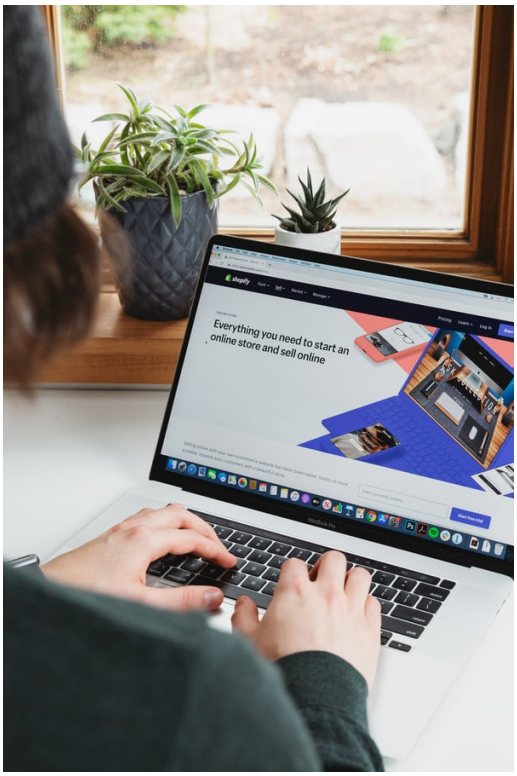
Μερικές επιτυχημένες επιχειρηματικές ιδέες προέκυψαν από διάφορα πάθη, πολλές από αυτές προφανώς ασήμαντες και θαμπές. Το πάθος αυτής της νοικοκυράς για μαγείρεμα έχει γίνει μια επιτυχημένη επιχείρηση μόνο και μόνο επειδή όλα τα βίντεό της όπου μαγειρεύει και εξηγεί με πάθος κάθε βήμα, έχουν εκατομμύρια προβολές. Θα καλύψουμε αυτές τις νέες ιδέες και το επιχειρηματικό μοντέλο στο τρίτο κεφάλαιο αυτού του οδηγού αργότερα. Ανεξάρτητα από τα πάθη σας που σκοπεύετε να μετατρέψετε σε επιχειρηματικές ιδέες, αυτές τις μέρες δεν μπορούν πλέον να υπάρχουν χωρίς διαδικτυακή έκθεση. Δεν έχει σημασία αν σκέφτεστε να πουλήσετε τα

προϊόντα σας αποκλειστικά μέσω ενός διαδικτυακού καταστήματος ή να αφιερωθείτε στις υπηρεσίες, τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσετε είναι σχεδόν τα ίδια.

1. Τι είδους επιχείρηση μπορείτε να κάνετε στο διαδίκτυο

1.1. Διαδικτυακό κατάστημα

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μια από τις πιο εύχρηστες επιλογές που έχετε για να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση. Το μόνο που έχετε να κάνετε είναι να εντοπίσετε το προϊόν/τα προϊόντα που έχουν ζήτηση, είτε σε εθνικό είτε σε διεθνές επίπεδο. Ακολουθούν τα επιχειρήματα για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος:



- - Η δημιουργία ενός εικονικού καταστήματος είναι ταχύτερη και φθηνότερη από τη δημιουργία ενός παραδοσιακού καταστήματος,
- Είναι ανοιχτή 24 ώρες το 24ωρο και επιτρέπει στους πελάτες της να αγοράζουν όποτε θέλουν,
- Πελάτες σε εθνικό και διεθνές επίπεδο,
- Δεν χρειάζεστε άφθονο προσωπικό που να ασχολείται με τους πελάτες σας,
- Περισσότερα δεδομένα πελατών που συλλέγονται με το Google Analytics,
- Με τη βοήθεια ενός καλά σχεδιασμένου δικτυακού τόπου, μια μικρή ηλεκτρονική επιχείρηση μπορεί να φτάσει στο μέγεθος που μόνο μια μεγάλη παραδοσιακή επιχείρηση μπορεί να έχει,
- **Δεν υπάρχει περιορισμός χώρου για την παρουσίαση των προϊόντων,** καθώς ένας μεγάλος αριθμός προϊόντων που ανήκουν σε προμηθευτές μπορεί να εμφανίζεται στη βιτρίνα ενός εικονικού καταστήματος,

- **Κανείς δεν χρειάζεται να ταξιδέψει για να εργαστεί,** καθώς το ηλεκτρονικό κατάστημα είναι προσβάσιμο στον ιδιοκτήτη του από το σπίτι ή από οπουδήποτε αλλού, προσφέροντάς του μεγάλη **ευελιξία,**
- Μπορείτε να επωφεληθείτε γρήγορα από τις συστάσεις των πελατών μέσω μιας κοινοποίησης στα κοινωνικά δίκτυα,
- Η αφοσίωση των πελατών μπορεί να επιτευχθεί μέσω καρτών πιστότητας βάσει των οποίων μπορούν να λάβουν ορισμένες εκπτώσεις.

Η προώθηση είναι ένα σημαντικό εργαλείο που μπορεί να γίνει μέσω της παρουσίασης των προϊόντων (καλά μελετημένη και φτιαγμένη από ειδικό), της χρήσης προσαρμοσμένων συσκευασιών, τσαντών με το λογότυπο του καταστήματος κ.λπ.

1.2. Εμπόριο θυγατρικών

Μπορείτε να χτίσετε ολόκληρη τη διαδικτυακή επιχείρησή σας προωθώντας τα προϊόντα άλλων ανθρώπων στον ιστότοπό σας και πουλώντας τα. Μπορείτε να αποκομίσετε σημαντικά κέρδη από τις προμήθειες των θυγατρικών σας. Μπορείτε να διεξάγετε ηλεκτρονικό εμπόριο απευθείας σε μια μεγάλη πλατφόρμα όπως η Amazon, η οποία σας παρέχει όλη την υποδομή που χρειάζεστε, από την αποθήκευση έως τη συσκευασία και την παράδοση στον τελικό πελάτη.

Ακολουθούν τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσετε και τα τέλη που πρέπει να πληρώσετε αν θέλετε να ξεκινήσετε μια επιχείρηση στο Amazon, εδώ.

Η πώληση προϊόντων στο **e-Bay** μπορεί να είναι μια επιτυχημένη επιχείρηση. Όπως και με την πώληση στο Amazon, πρέπει πρώτα να προσδιορίσετε μια σειρά προϊόντων και να εξοικειωθείτε με τον τρόπο λειτουργίας του ιστότοπου.

1.3. Διαδικτυακή μετάφραση

Η καλή γνώση μιας ξένης γλώσσας μπορεί, τουλάχιστον, να στρογγυλοποιήσει το εισόδημά σας μέχρι να αποφασίσετε αν θέλετε ή όχι να το μετατρέψετε σε μια μικρή επιχείρηση. Και αν κατέχετε πιο εξωτικές γλώσσες, όπως τα ιαπωνικά, τα κινέζικα, τα δανέζικα, τότε οι πιθανότητες να βγάλετε χρήματα από διαδικτυακές μεταφράσεις είναι ακόμη μεγαλύτερες.

Οι μεταφραστικές εταιρείες συνήθως συνεργάζονται με συνεργάτες, οπότε μπορείτε να ξεκινήσετε προσφέροντας τις υπηρεσίες σας σε μια τέτοια εταιρεία και θα αποφασίσετε ποιες περαιτέρω παραγγελίες θα δεχτείτε, ανάλογα με τη δική σας διαθεσιμότητα και το ποσό των χρημάτων που θέλετε να κερδίσετε.

1.4. SEO specialist

Ο ειδικός SEO είναι ένα άτομο που, μέσω διαφόρων τεχνικών, αυξάνει την επισκεψιμότητα σε έναν ιστότοπο με σκοπό την αύξηση των πωλήσεων. Για να κάνει μια τέτοια δουλειά, χρειάζεται τεχνικές γνώσεις, αλλά και επικοινωνιακές δεξιότητες και γνώσεις διαδικτυακού μάρκετινγκ. Ένας ειδικός SEO πρέπει να αναλύει και να εντοπίζει τα σφάλματα και τις λειτουργικότητες ενός ιστότοπου, να εφαρμόζει τεχνικές βελτιστοποίησης, από τη χρήση ορισμένων λέξεων-κλειδιών έως τη δημιουργία περιεχομένου σχετικού με ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, να μετρά την εξέλιξη της επισκεψιμότητας σε έναν ιστότοπο και να εφαρμόζει στρατηγικές συνεχούς ανάπτυξης.

Υπάρχει μια μεγάλη ευκαιρία να κερδίσετε χρήματα από τη βελτιστοποίηση SEO, επειδή σχεδόν όλες οι εταιρείες χρειάζονται τέτοιες υπηρεσίες.

Αν δεν είστε ειδικός, αλλά ο τομέας αυτός σας φαίνεται ελκυστικός και θεωρείτε ότι χρειάζεστε γνώσεις και τεχνικές δεξιότητες για μια τέτοια εργασία, μπορείτε να παρακολουθήσετε παραδοσιακά ή διαδικτυακά μαθήματα με γρήγορη απόδοση της επένδυσης.

1.5. Social Media specialist

Μια άλλη διαδικτυακή θέση εργασίας είναι αυτή του ειδικού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δηλαδή ενός ατόμου που διαχειρίζεται λογαριασμούς στο Facebook, το Instagram, το Pinterest ή ακόμη και το LinkedIn για διάφορες εταιρείες. Ο ειδικός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθορίζει μια στρατηγική περιεχομένου σχετική με ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, γράφει τα κείμενα, επιλέγει και ενδεχομένως επεξεργάζεται τις φωτογραφίες, οργανώνει εκστρατείες διαδικτυακού μάρκετινγκ και αναφέρει τα αποτελέσματα. Οι απαιτήσεις που απαιτούνται είναι ένας συνδυασμός δημιουργικότητας και τεχνικών δεξιοτήτων.

Η τιμή για τη διαχείριση μιας σελίδας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ξεκινά από 100 ευρώ το μήνα και μπορεί να φτάσει πολύ υψηλότερα, ανάλογα με τις υπηρεσίες που ζητά ο πελάτης και τον αριθμό των πλατφορμών που πρέπει να παρουσιαστούν.

1.6. Επαγγελματίας blogger

Ένας επαγγελματίας blogger είναι κάποιος που κερδίζει χρήματα από τις διαδικτυακές εκδοτικές προσπάθειες, μια δραστηριότητα παρόμοια με αυτή που εκτελεί ένας "χομπίστας" blogger που δημοσιεύει απλά για διασκέδαση.

Τώρα, είναι πιο εύκολο από ποτέ να δημιουργήσετε ένα ιστολόγιο, και το ιστολόγιό σας μπορεί να αποτελέσει μια μεγάλη πηγή εισοδήματος (αν ξέρετε πώς να το κάνετε κερδοφόρο).

Να θυμάστε ότι δεν αρκεί απλώς να δημιουργήσετε ένα ιστολόγιο και στη συνέχεια να περιμένετε τα χρήματα να μπουν στο λογαριασμό. Πρέπει να δημιουργείτε συνεχώς περιεχόμενο και αυτό το περιεχόμενο πρέπει να εκπαιδεύει, να ενημερώνει και να ψυχαγωγεί τους ανθρώπους. Με άλλα λόγια, πρέπει να προκαλεί το ενδιαφέρον με κάποιο τρόπο.

Επιπλέον, πρέπει να πουλάτε κάτι μέσω του ιστολογίου. Αυτό μπορεί να είναι διαφημιστικός χώρος, προϊόντα, χορηγούμενες αναρτήσεις, προπόνηση, ηλεκτρονικά βιβλία κ.λπ.

Εάν είστε πρόθυμοι να ασχοληθείτε με αυτό, έχετε πάθος, το blogging μπορεί να είναι πραγματικά κερδοφόρο.

Ακολουθούν ορισμένοι πόροι που θα σας βοηθήσουν να ξεκινήσετε το πρώτο σας ιστολόγιο:

- Πώς μπορείτε να προσαρμόσετε το ιστολόγιο WordPress
- Πώς να εγκαταστήσετε το ιστολόγιο WordPress στην Bluehost
- Πώς να αυξήσετε την επισκεψιμότητα του ιστολογίου σας

Το να προσπαθείτε να καταλάβετε τι είναι το blog σας an είναι μια περίπλοκη διαδικασία αν πρέπει να απαντήσετε στην ερώτηση: Υπάρχουν συγκεκριμένοι τύποι blogs που κερδίζουν χρήματα;

Σίγουρα ορισμένες εξειδικευμένες κατηγορίες είναι πιο κερδοφόρες από άλλες, αλλά σίγουρα σχεδόν κάθε τύπος ιστολογίου μπορεί να κερδίσει χρήματα. Και δεν έχει πάντα να κάνει με τη δημοτικότητα.

Υπάρχουν δύο τύποι ιστολογίων που κερδίζουν χρήματα:

- Μόνιμο περιεχόμενο (έχει μεγάλη διάρκεια ζωής και είναι πάντα σχετικό). Το περιεχόμενο γύρω από καθολικά θέματα είναι συχνά πιο ανταγωνιστικό, ασφαλέστερο στη συγγραφή, επειδή το ενδιαφέρον των ανθρώπων για το θέμα δεν θα αυξομειώνεται, καθιστώντας το έναν σταθερό τρόπο για να κερδίζετε εισόδημα.

Παραδείγματα περιεχομένου μόνιμου ενδιαφέροντος περιλαμβάνουν συμβουλές υγείας, συμβουλές εκπαίδευσης, συμβουλές ανατροφής, ιδέες εξοικονόμησης χρημάτων και άλλα.

- Το μοντέρνο περιεχόμενο είναι λίγο πιο ριψοκίνδυνο, αλλά συχνά μπορεί να είναι πιο ανταγωνιστικό. Αν βρείτε ένα μοντέρνο θέμα με μικρό ανταγωνισμό, μπορείτε να βγάλετε χρήματα πιο γρήγορα. Πριν δημιουργήσετε ένα τέτοιο ιστολόγιο πρέπει να κάνετε έρευνα για να δείτε ποια θέματα έχουν τη δυνατότητα να αναπτυχθούν. Κάθε χρόνο, το Pinterest δημοσιεύει μια έκθεση τάσεων που μπορεί να σας βοηθήσει να εντοπίσετε μερικά από τα πιο δημοφιλή θέματα ιστολογίων για την επόμενη σεζόν

Να θυμάστε ότι αν η ιδέα του ιστολογίου σας δεν είναι ανάμεσά τους, αυτό δεν σημαίνει ότι δεν μπορεί να είναι κερδοφόρα.

1.7. Vlogger

Καθώς το περιεχόμενο βίντεο είναι πολύ πιο ελκυστικό από το γραπτό περιεχόμενο, το vlogging είναι ένας ταχύτερος και ευκολότερος τρόπος από το blogging για να κερδίσετε χρήματα χωρίς να προσληφθείτε. Για να δημιουργήσετε ένα vlog, πρέπει να εντοπίσετε ένα θέμα που θα εκμεταλλευτείτε, να έχετε ελάχιστες γνώσεις τεχνικών κινηματογράφησης και επεξεργασίας βίντεο και να έχετε μια στρατηγική προώθησης, ώστε να μπορέσετε να συγκεντρώσετε μια όσο το δυνατόν μεγαλύτερη κοινότητα ανθρώπων που θα σας ακολουθούν. Τα χρήματα μπορούν να προέλθουν, ιδίως, από εταιρείες που θέλουν να διαφημιστούν με διάφορες μορφές.

1.8. Πώληση προϊόντων πληροφόρησης

Εάν είστε ειδικός στον τομέα σας ή γνωρίζετε περισσότερα από έναν συνηθισμένο άνθρωπο για ένα συγκεκριμένο θέμα ή δεξιότητα, τότε θα μπορούσατε να αναπτύξετε μια επιχείρηση που θα σας βοηθήσει να κερδίσετε εισόδημα, χωρίς να χρειάζεται να έχετε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα με φυσικά προϊόντα.

Τα προϊόντα πληροφόρησης αποτελούν μία από τις μεγαλύτερες διαδικτυακές επιχειρηματικές αγορές που αποφέρουν έσοδα δισεκατομμυρίων ευρώ παγκοσμίως. Οι άνθρωποι μαθαίνουν πώς να παίζουν κιθάρα, πώς να κηπουρεύουν, να πλέκουν, να ασχολούνται με τα ηλεκτρονικά αθλήματα και ... πολλά άλλα.

Αποδείξτε τον εαυτό σας ως αυθεντία στη θέση σας, αναπτύξτε ένα κοινό, οικοδομήστε εμπιστοσύνη με αυτό το κοινό και δώστε τους τις λύσεις που θέλουν.

Το πιο σημαντικό κλειδί εδώ είναι ότι θα πρέπει πάντα να επιλέγετε ένα εξειδικευμένο θέμα για το οποίο δεν θα βαρεθείτε ποτέ να μαθαίνετε περισσότερα. Το πάθος μπορεί να είναι ένα

σημαντικό εργαλείο, καθώς θα σας βοηθήσει να διοχετεύσετε την ενέργειά σας για να προχωρήσετε μπροστά, ακόμη και όταν συναντάτε εμπόδια στην πορεία.

Όταν πρόκειται για την πώληση διαδικτυακών μαθημάτων, οι άνθρωποι δημιουργούν κανάλια και ιστότοπους στο YouTube, διοργανώνουν διαδικτυακά σεμινάρια ή γράφουν ηλεκτρονικά βιβλία για να μοιραστούν την τεχνογνωσία τους με άλλους που μπορεί να είναι πρόθυμοι να εγγραφούν ή ακόμη και να πληρώσουν για αυτό που θέλουν να μάθουν.

Όποια κι αν είναι αυτή η θέση, εφόσον έχετε τις δεξιότητες και την έντονη επιθυμία να συνεχίσετε να μαθαίνετε, τότε μπορείτε να πουλήσετε αυτές τις λύσεις ως πληροφοριακό προϊόν.

Δεν χρειάζεστε σημαντικές επενδύσεις για να δημιουργήσετε αυτού του είδους την επιχείρηση. Ξεκινάτε το ιστολόγιο, γυρίζετε αυτά τα βίντεο, διαφημίζετε στο Facebook και σε άλλους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης και δημιουργείτε ένα κοινό.

Οι άνθρωποι αναζητούν πληροφορίες στο διαδίκτυο: 8 στους 10 ανθρώπους στις ανεπτυγμένες χώρες μπαίνουν στο διαδίκτυο για να βρουν πληροφορίες, 1 στους 3 κατοίκους των αναπτυσσόμενων χωρών χρησιμοποιεί το διαδίκτυο.

Μελέτες δείχνουν ότι μέσω ενός ιστολογίου, οι εταιρείες αυξάνουν τον αριθμό των επισκεπτών του ιστότοπου κατά 97%.

Το Facebook είναι μια άλλη πλατφόρμα που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για να μοιραστείτε τις πληροφορίες για τα προϊόντα σας. Ο μέσος χρόνος που δαπανάται στο Facebook είναι 20 λεπτά / συνεδρία. Και μετά την πανδημία του 2020, ο μέσος χρόνος που αφιερώνεται στο διαδίκτυο έχει αυξηθεί σημαντικά.

2. Σχεδιασμός μιας online επιχείρησης

2.1. Λόγοι για τους οποίους πρέπει να γράψετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο

Το να ξεκινήσετε μια επιχείρηση χωρίς ένα προσεκτικά μελετημένο σχέδιο και χωρίς προγραμματισμό είναι περίπου το ίδιο με το να ταξιδεύετε σε έναν άγνωστο προορισμό χωρίς να ξέρετε προς τα πού να πάτε: θα είναι σπατάλη χρόνου και πόρων.

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα έγγραφο που περιγράφει λεπτομερώς τον τρόπο με τον οποίο μια επιχείρηση, συνήθως νεοσύστατη, μπορεί να επιτύχει τους στόχους της. Παράλληλα, ένα επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να εκπονηθεί για μια ήδη λειτουργούσα επιχείρηση που επιθυμεί να αναπτυχθεί προς μια νέα κατεύθυνση ή να λάβει τραπεζική χρηματοδότηση.

Έτσι, το επιχειρηματικό σχέδιο είναι μια περιγραφή του μέλλοντος της επιχείρησής σας, ένα έγγραφο που τεκμηριώνει τι σκοπεύετε να κάνετε και πώς σκοπεύετε να το κάνετε. Η συγγραφή ενός επιχειρηματικού σχεδίου δεν έχει να κάνει με την ακριβή πρόβλεψη του μέλλοντος της εταιρείας σας. Η τακτική αναθεώρησή του σας βοηθά να προσδιορίσετε τα βήματα που πρέπει να κάνετε για να επιτύχετε τους στόχους σας.

Για να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση, είτε πρόκειται για διαδικτυακή, η δημιουργία αυτού του σχεδίου απαιτεί μια μακρά διαδικασία έρευνας, μελέτης και στρατηγικής σκέψης σχετικά με το είδος της δραστηριότητας που θέλετε να δημιουργήσετε και τον τρόπο με τον οποίο θα λειτουργήσει και θα αναπτυχθεί σε μια χρονική περίοδο τουλάχιστον 3 ετών. Ως εκ τούτου, ένα επιχειρηματικό σχέδιο απαιτεί ένα σχέδιο εμπορικά, οικονομικά και λειτουργικά σχεδιασμένο.

Το επιχειρηματικό σχέδιο που καταρτίζεται για μια νέα επιχείρηση πρέπει να βασίζεται σε στατιστικά στοιχεία άλλων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα δραστηριότητας. Πρέπει να είναι σαφές, συνοπτικό, εύκολο να ακολουθηθεί και να έχει πραγματικούς και μετρήσιμους στόχους (SMART) που μπορούν να προσαρμόζονται συνεχώς και να προσαρμόζονται στις νέες συνθήκες.

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα εργαλείο που εξηγεί πώς θα λειτουργήσει η επιχείρησή σας. Υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους πρέπει να συντάξετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο:

- Να αξιολογήσετε το πλήρες δυναμικό της επιχείρησής σας. Μια από τις πιο πολύτιμες χρήσεις ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι να σας βοηθήσει να αποφασίσετε αν η επιχειρηματική σας ιδέα μπορεί πραγματικά να εκπληρώσει τα όνειρά σας. Να θυμάστε ότι πολλές επιχειρηματικές ιδέες δεν περνούν ποτέ το στάδιο του σχεδιασμού, επειδή οι ιδρυτές τους αποτυγχάνουν να αναπτύξουν ένα συνεκτικό και ρεαλιστικό επιχειρηματικό σχέδιο. Αναπτύσσοντας το επιχειρηματικό σας σχέδιο, μπορείτε να ελέγξετε την ιδέα σας με δύο τουλάχιστον μεταβλητές.

Πρώτον, οικονομικά, για να βεβαιωθούμε ότι αυτή η επιχείρηση έχει νόημα από οικονομικής άποψης.

- Τι αρχική επένδυση θα απαιτήσει η επιχείρηση;

- Πότε η επιχείρηση θα έχει κέρδος;

- Πότε εσείς και οι πιθανοί επενδυτές σας θα ανακτήσετε την επένδυσή σας;

- Ποια είναι τα προβλεπόμενα κέρδη ώστε να δημιουργηθεί η επιχείρησή τους σε βάθος χρόνου;

- Θα είστε σε θέση να αφιερώσετε τον εαυτό σας στην όλη δραστηριότητα οικονομικά;

- Τι είδους μισθό ή διανομή κερδών αναμένετε να λάβετε;

- Ποιες είναι οι πιθανότητες να αποτύχει η επιχείρηση; Τι θα συμβεί εάν αυτό συμβεί;

Δεύτερον, θα λάβετε πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο ζωής που πρόκειται να ακολουθήσετε. Αμφιβάλλω αν θα επιλέγατε μια επιχείρηση την οποία θα μισούσατε παρά την επιτυχία της.

- Πού θα ζείτε;

- Τι είδους εργασία θα κάνετε;

- Για πόσες ώρες την ημέρα;

- Θα μπορείτε να παίρνετε ρεπό;

- Τι θα συμβεί αν αρρωστήσετε;

- Θα κερδίζετε αρκετά για να εκπληρώσετε τον επιθυμητό τρόπο ζωής σας;

- Κατανοεί και εγκρίνει η οικογένειά σας τις θυσίες που πρόκειται να κάνετε;

Αν δεν μπορείτε να απαντήσετε σε αυτές τις ερωτήσεις, δεν θα μπορέσετε να σκιαγραφήσετε τις δυνατότητες της επιχειρηματικής σας ιδέας. Λάβετε υπόψη ότι δεν υπάρχουν λανθασμένες απαντήσεις. Η ιδέα είναι απλώς να σας βοηθήσει να αποφασίσετε πόσο καλά το προτεινόμενο σχέδιο ταιριάζει με τους στόχους της ζωής σας.

- *Για να σας κάνει να αναλάβετε τις ευθύνες σας,* Το σχέδιο θέτει στόχους σε όλους τους σημαντικούς τομείς της επιχείρησης: πωλήσεις, δαπάνες, απασχόληση και χρηματοδοτικούς στόχους. Μόλις τεθούν, οι στόχοι γίνονται στόχοι απόδοσης. Αν γράψατε στο σχέδιό σας ότι μέχρι το τέλος του πρώτου έτους λειτουργίας θα έχετε 100 πελάτες, δεν θα πρέπει να περιμένετε να σας έρθουν αυτοί οι πελάτες, αλλά να εφαρμόσετε κάθε πόρο που διαθέτετε για την επίτευξη αυτού του στόχου.

- *Παρακολούθηση της προόδου της επιχείρησης.* Όταν ιδρύετε μια ατομική επιχείρηση, το μόνο εργαλείο για την παρακολούθηση της προόδου της είναι το επιχειρηματικό σχέδιο. Είναι αυτό που σας καθοδηγεί στη λήψη των απαραίτητων μέτρων για την επίτευξη των στόχων σας.

✓ *Είναι ένα εργαλείο για την προσέλκυση εργαζομένων ή μελλοντικών επενδυτών.*Ένα προσεκτικά γραμμένο επιχειρηματικό σχέδιο με συγκεκριμένους και ρεαλιστικούς στόχους θα εκτιμηθεί από τους δυνητικούς υπαλλήλους που θα ευχηθούν να μπορούσαν να εργαστούν μαζί σας. Εάν είναι σε θέση να το κατανοήσουν, θα μπορέσουν να συμβάλουν στην επίτευξη των στόχων που έχετε θέσει.

Η συγγραφή του επιχειρηματικού σχεδίου σας ωθεί να επανεξετάσετε τα πάντα ταυτόχρονα: την επιχειρηματική αξία, τις υποθέσεις μάρκετινγκ, το επιχειρησιακό σχέδιο, το οικονομικό σχέδιο και το σχέδιο προσωπικού. Με αυτόν τον τρόπο μπορείτε να εντοπίσετε πλήθος συνδέσεων που διαφορετικά θα αγνοούσατε.

2.2. Σχεδιάστε τι πρόκειται να κάνετε με το σχέδιό σας

Πριν αρχίσετε να γράφετε το επιχειρηματικό σας σχέδιο, πρέπει να απαντήσετε στο ερώτημα "Τι θα κάνω με αυτό;". Όπως έλεγα, ένα επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να εξυπηρετήσει πολλούς σκοπούς. Ανάλογα με τον σκοπό, θα δώσετε μεγαλύτερη προσοχή στο ένα ή στο άλλο κεφάλαιο.

-Σκοπεύετε να το χρησιμοποιήσετε για να λάβετε χρηματοδότηση; Σε αυτή την περίπτωση, θα πρέπει να εστιάσετε πολύ προσεκτικά στην περίληψη, τη διαχείριση, τη στρατηγική μάρκετινγκ και τις οικονομικές πτυχές.

- Σκοπεύετε να το χρησιμοποιήσετε για να προσελκύσετε εργαζόμενους υψηλών επιδόσεων; Τότε θα πρέπει να εστιάσετε σε πράγματα που μπορεί να είναι σημαντικά γι' αυτούς: τοποθεσία, εργασιακό περιβάλλον, οργανωτική κουλτούρα, μισθός, ευκαιρίες ανάπτυξης.

- Σκοπεύετε να το χρησιμοποιήσετε για τους προμηθευτές προκειμένου να αποδείξετε ότι είστε αξιόπιστος πελάτης; Ένα αξιόπιστο επιχειρηματικό σχέδιο που θα μπορούσε να τους πείσει θα πρέπει να αναδεικνύει το πελατολόγιο και ένα άψογο χρονοδιάγραμμα αποπληρωμής

2.3. Πόσο μεγάλο πρέπει να είναι το σχέδιό σας και πώς να το γράψετε

Σήμερα τα επιχειρηματικά σχέδια τείνουν να περιλαμβάνουν μόνο τα βασικά στοιχεία, με καλές προβλέψεις και στέρεες αναλύσεις. Μια "ευανάγνωστη" μορφή είναι εξαιρετικά σημαντική σήμερα. Αν θέλετε να διαβάζουν οι άνθρωποι το επιχειρηματικό σας σχέδιο, τότε η καλύτερη συμβουλή που θα μπορούσατε να πάρετε είναι να το κρατήσετε απλό. Ένα επιχειρηματικό σχέδιο δεν πρέπει να έχει περισσότερες από 20-30 σελίδες κειμένου και περίπου 10 επιπλέον σελίδες για συνημμένα αρχεία (γραφικά, φωτογραφίες, σχέδια κ.λπ.).

When writing your Business Plan, don't forget these tips: Όταν γράφετε το επιχειρηματικό σας σχέδιο, μην ξεχνάτε αυτές τις συμβουλές:

- **Ξεκινήστε γράφοντας ένα απλοποιημένο μονοσέλιδο σχέδιο,** πάνω στο οποίο μπορείτε να βασιστείτε αργότερα στο λεπτομερές Επιχειρηματικό Σχέδιο.

- **Μην χρησιμοποιείτε δύσκολες φράσεις**, εκτός αν βγάζουν νόημα. Οι σύντομες προτάσεις είναι εξαιρετικές και διαβάζονται ευκολότερα.

- **Χρησιμοποιήστε μια γλώσσα που το κοινό σας είναι σε θέση να κατανοήσει.** Μείνετε μακριά από λέξεις-κλειδιά, αργκό και ακρωνύμια, καθώς δεν είναι όλοι εξοικειωμένοι με αυτές.

- **Χρησιμοποιήστε διαγράμματα.** Επισημάνετε τους σημαντικούς επιχειρηματικούς δείκτες καθιστώντας τους εύκολα εντοπίσιμους και κατανοητούς.

- **Δώστε προσοχή στη συνολική εμφάνιση και αίσθηση.**

2.4. Τι πρέπει να περιέχει ένα επιχειρηματικό σχέδιο

A. <u>Περίληψη.</u>

Η περίληψη πρέπει να ακολουθεί τη σελίδα τίτλου και δεν πρέπει να υπερβαίνει τη μία σελίδα. Αυτό είναι πολύ σημαντικό διότι εμφανίζει στον αναγνώστη τι πραγματικά σχεδιάζετε να κάνετε.

Υπάρχουν ειδικοί που θεωρούν ότι αυτή η περίληψη πρέπει να γράφεται μόνο αφού ολοκληρωθεί η συγγραφή του επιχειρηματικού σχεδίου.The key elements you need to include in this summary are as follows:

- **Σχετικές πληροφορίες σχετικά με την εταιρεία:** η νομική της μορφή, ο ιδιοκτήτης, το μετοχικό της κεφάλαιο, η διεύθυνσή της κ.λπ.
- **-Η επιχειρηματική ιδέα.** Περιγράψτε την επιχείρηση, το προϊόν και την αγορά που θα εξυπηρετεί: τι πουλάτε, σε ποιον πουλάτε και τους λόγους για τους οποίους αυτή η επιχείρηση θα έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα**.**
- **Οικονομικά χαρακτηριστικά.** Επισημαίνουν τα σημαντικά οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης: πωλήσεις, κέρδη, ταμειακές ροές και απόδοση των επενδύσεων.
- **Χρηματοοικονομικές απαιτήσεις.** Καθορίζουν με σαφήνεια τα κεφάλαια που απαιτούνται για την έναρξη της επιχείρησης και την επέκτασή της. Θα πρέπει επίσης να περιγράψετε λεπτομερώς τον τρόπο με τον οποίο σκοπεύετε να αποκτήσετε αυτό το κεφάλαιο.
- **Σημαντικά επιτεύγματα.** Εάν η εταιρεία λειτουργεί ήδη, δώστε λεπτομέρειες σχετικά με τυχόν επιτεύγματα της εταιρείας που είναι κρίσιμα για την επιτυχία της

Θυμηθείτε!

Αν η περίληψη είναι πολύ ακατάστατη, κανείς δεν θα τη διαβάσει, διότι είναι πολύ σαφές ότι η επιχείρηση, ανεξάρτητα από τα πλεονεκτήματά της, δεν πρόκειται να αποτελέσει καλή επένδυση, αφού φαίνεστε αναποφάσιστοι, χωρίς να ξέρετε πραγματικά τι θέλετε.

Β. Γενική περιγραφή της επιχείρησης

Η περιγραφή της επιχείρησης αρχίζει συνήθως με μια σύντομη περιγραφή του κλάδου στον οποίο θα δραστηριοποιηθείτε ή δραστηριοποιείστε ήδη. Κατά την περιγραφή του κλάδου, θα πρέπει να αναλύσετε τόσο την τρέχουσα κατάσταση όσο και τις μελλοντικές προοπτικές.

Θα πρέπει επίσης να συμπεριλάβετε πληροφορίες που απευθύνονται σε διαφορετικές βιομηχανικές αγορές, όπως πληροφορίες σχετικά με προϊόντα/υπηρεσίες ή τάσεις που μπορεί να επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά την επιχείρησή σας.

Κατά την περιγραφή της επιχείρησης θα πρέπει να χρησιμοποιήσετε μια δομή που αποτελείται από 4 κύρια κεφάλαια:

- Η ευκαιρία
- Εκτέλεση
- Γενική παρουσίαση της επιχείρησης
- Το οικονομικό σχέδιο

Η ευκαιρία

Αυτό το κεφάλαιο είναι εξαιρετικά σημαντικό στο επιχειρηματικό σας σχέδιο, διότι περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με το πρόβλημα που εντοπίσατε, τη λύση που βρήκατε, τους πελάτες σας και τον τρόπο τοποθέτησης του προϊόντος/υπηρεσίας σας στην αγορά. Σε αυτό το κεφάλαιο θα γράψετε επίσης τι σας διαφοροποιεί από τον ανταγωνισμό σας και ποια είναι τα μελλοντικά σας σχέδια επέκτασης.

- *Περιγραφή του προβλήματος*

Θα ξεκινήσετε το κεφάλαιο "Ευκαιρία" περιγράφοντας το πρόβλημα που μπορείτε να λύσετε για τους πελάτες σας. Ο καθορισμός του προβλήματος που λύνετε για τους πελάτες σας είναι το πιο κρίσιμο στοιχείο του επιχειρηματικού σας σχεδίου και ζωτικής σημασίας για την επιτυχία της επιχείρησής σας. Θα πρέπει να βρείτε απαντήσεις στα ακόλουθα ερωτήματα:

- Ποια είναι η ανάγκη τους;

- Πώς λύνουν αυτό το πρόβλημα επί του παρόντος;

- Είναι οι υπάρχουσες λύσεις για το πρόβλημα αυτό ακριβές ή αμβλύ;

Εάν δεν μπορείτε να εντοπίσετε αυτό το ένα πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι δυνητικοί πελάτες σας, τότε μπορεί να μην έχετε μια βιώσιμη επιχειρηματική ιδέα.

- *Βρίσκοντας τη λύση*

Αφού εξηγήσετε το πρόβλημα, θα πρέπει να περιγράψετε τη λύση που βρήκατε στο επιχειρηματικό σας σχέδιο. Η λύση είναι το προϊόν ή η υπηρεσία που σκοπεύετε να προσφέρετε στους πελάτες σας. Θα πρέπει να απαντήσετε σε ερωτήσεις όπως:

- Πώς μπορώ να λύσω το ίδιο το πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι πελάτες μου;
- Πώς μπορώ να προσφέρω αυτή τη λύση;
- Είναι η λύση μου αυτή που περιμένουν οι πελάτες;

- *Η αγορά-στόχος*

Ανεξάρτητα από το είδος της επιχείρησης που ξεκινάτε, είναι πολύ σημαντικό να γνωρίζετε ποιοι είναι οι πελάτες σας και να εκτιμάτε τον αριθμό τους. Εάν ο αριθμός τους δεν είναι αρκετά μεγάλος, τότε η επιχείρησή σας δεν μπορεί να είναι επιτυχής. Θα εντοπίσετε τους δυνητικούς πελάτες σας μέσω μιας ανάλυσης αγοράς. Αρχικά, προσδιορίστε τα τμήματα της αγοράς (ομάδες ανθρώπων ή άλλες επιχειρήσεις στις οποίες μπορείτε να πουλήσετε) και προσδιορίστε πόσο μεγάλα είναι.

Προσοχή!

Μην πέσετε στην παγίδα να πιστεύετε ότι η αγορά σας είναι "όλοι". Αν έχετε αυτή την ιδέα ότι μια εταιρεία πώλησης παπουτσιών απευθύνεται σε οποιονδήποτε έχει πόδια, κάνετε λάθος. Θα πρέπει ρεαλιστικά να στοχεύει σε ένα συγκεκριμένο τμήμα για να είναι επιτυχημένη: αθλητές, επιχειρηματίες,

❖ *Ο ιδανικός πελάτης.*

Αφού προσδιορίσετε τα τμήματα της αγοράς-στόχου σας, πρέπει να ορίσετε τον ιδανικό πελάτη για κάθε τμήμα. Για το σκοπό αυτό μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το "πρόσωπο του αγοραστή" ή το "πρόσωπο του χρήστη".

❖ *Διαγωνισμός*

Η διεξοδική γνώση του ανταγωνισμού σας είναι ζωτικής σημασίας για την επιχείρησή σας. Ένα από τα μεγαλύτερα λάθη που κάνουν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις στα επιχειρηματικά τους σχέδια είναι να θεωρούν ότι δεν έχουν ανταγωνισμό. Τίποτα δεν θα μπορούσε να απέχει περισσότερο από την αλήθεια. Πρέπει να καταλάβετε ότι οι ανταγωνιστές σας δεν είναι μόνο οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα δραστηριότητας, αλλά όλες εκείνες οι

When Henry Ford sold his cars for the very first time, there was no direct competition from other car manufacturers - there were no other cars. Instead, Ford competed with other transportation means: horses, bicycles, trains and even walking. At first glance you are tempted to believe there was no competition, but there were alternatives to the same problem: travelling.

Στο επιχειρηματικό σας σχέδιο θα πρέπει να περιγράψετε αυτόν τον ανταγωνισμό: ποιοι είναι, πόσοι είναι, ποιες λύσεις προσφέρουν.

.

Ποια είναι τα ανταγωνιστικά σας πλεονεκτήματα έναντι του

I. Η εκτέλεση

Σε αυτό το κεφάλαιο θα πρέπει να περιγράψετε τον τρόπο λειτουργίας της εταιρείας σας. Θα αναφέρετε τα σχέδια, τις λειτουργίες μάρκετινγκ και πωλήσεων, τον τρόπο με τον οποίο θα μετράτε την επιτυχία σας και τα βασικά βήματα που θα ακολουθήσετε.

❖ *Σχέδιο μάρκετινγκ και πωλήσεων*

Σε αυτή την ενότητα θα περιγράψετε πώς σκοπεύετε να προσεγγίσετε την αγορά-στόχο, πώς σκοπεύετε να πουλήσετε, την τιμολογιακή σας πολιτική, τι είδους δραστηριότητες και συνεργασίες χρειάζεστε προκειμένου η επιχείρησή σας να είναι επιτυχημένη.

Η δήλωση τοποθέτησης είναι το πρώτο μέρος του σχεδίου μάρκετινγκ και πωλήσεων.Δεν χρειάζεται να είναι πολύ περίπλοκη. Η εξήγηση του τρόπου με τον οποίο η εταιρεία σας τοποθετείται στο ανταγωνιστικό τοπίο και τι την κάνει να διαφοροποιείται από τις εναλλακτικές λύσεις που μπορεί να εξετάσει ένας πελάτης θα πρέπει να είναι αρκετή.

Η τιμολόγηση θα είναι σύμφωνη με τη στρατηγική τοποθέτησης. Η τιμή μπορεί να στείλει ένα πολύ ισχυρό μήνυμα επικοινωνίας της τοποθέτησης στους καταναλωτές. Εάν προσφέρετε ένα premium προϊόν, η τιμή θα επικοινωνήσει γρήγορα αυτό το μήνυμα στους καταναλωτές.

Αναπτύξτε τη στρατηγική προώθησής σας αφού καθορίσετε τη θέση και τις τιμές σας. Αυτή θα πρέπει να περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο σκοπεύετε να επικοινωνήσετε με τους δυνητικούς πελάτες σας για να πουλήσετε το προϊόν/υπηρεσία σας. Τα εργαλεία μάρκετινγκ που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για την επικοινωνία αυτή είναι: διαφήμιση, συσκευασία, δημόσιες σχέσεις, προωθητικές ενέργειες πωλήσεων, ιδιωτικές πωλήσεις.

Λάβετε υπόψη!

Το σχέδιο μάρκετινγκ δεν έχει καμία αξία αν δεν καταλάβετε πραγματικά σε ποιον κάνετε

❖ *Λειτουργία*

Σε αυτή την ενότητα θα περιγράψετε τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησής σας: τα logistics, την τεχνολογία που χρησιμοποιείται και άλλες τέτοιες λεπτομέρειες. Ανάλογα με το είδος της

επιχείρησης που ξεκινάτε, μπορεί να χρειαστεί να περιγράψετε μόνο ορισμένα από τα παρακάτω τμήματα:

- Προμήθεια. Εάν η εταιρεία σας πωλεί προϊόντα που αγοράζονται από άλλους προμηθευτές, είναι σημαντικό να συμπεριλάβετε λεπτομέρειες σχετικά με το μέρος από το οποίο προέρχονται τα προϊόντα σας, τον τρόπο με τον οποίο σας παραδίδονται. Εάν οι προμηθευτές σας προέρχονται από το εξωτερικό, θα πρέπει να εξηγήσετε τον τρόπο με τον οποίο συνεργάζεστε μαζί τους.
- Τεχνολογία. Εάν είστε εταιρεία που δραστηριοποιείται στον τομέα της τεχνολογικής ανάπτυξης, είναι απαραίτητο να εξηγήσετε στο επιχειρηματικό σας σχέδιο την τεχνολογία που παράγετε και τον τρόπο λειτουργίας της. Δεν χρειάζεται να αποκαλύψετε εμπορικά μυστικά στο επιχειρηματικό σας σχέδιο, αλλά πρέπει να εξηγήσετε γιατί η τεχνολογία σας είναι διαφορετική και καλύτερη από τις άλλες λύσεις που προσφέρει ο ανταγωνισμός σας. Μη διστάσετε να συμπεριλάβετε λεπτομερείς πληροφορίες στα παραρτήματα, σε περίπτωση που κάποιος τις ζητήσει.

❖ *Διανομή*

Εάν η εταιρεία σας ασχολείται με το μάρκετινγκ προϊόντων, η στρατηγική διανομής αποτελεί σημαντικό μέρος του επιχειρηματικού σας σχεδίου.

Η διανομή περιλαμβάνει ολόκληρη τη διαδικασία μεταφοράς του προϊόντος από τον κατασκευαστή/έμπορο στον τελικό χρήστη. Όταν αποφασίζετε ποιο δίκτυο διανομής θα επιλέξετε, θα πρέπει να αναλύσετε ποια κανάλια διανομής χρησιμοποιούν οι ανταγωνιστές σας. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τα ίδια κανάλια ή να επιλέξετε ένα εναλλακτικό.

Η στρατηγική διανομής που θα επιλέξετε για το προϊόν/την υπηρεσία σας θα βασιστεί σε διάφορους παράγοντες που περιλαμβάνουν τα κανάλια που χρησιμοποιεί ο ανταγωνισμός σας, τη στρατηγική τιμολόγησης και τους δικούς σας εσωτερικούς πόρους.

II. Επισκόπηση της εταιρείας και της ομάδας σας

Σε αυτό το κεφάλαιο, θα αναλύσετε τη δομή της εταιρείας σας και θα περιγράψετε τα βασικά μέλη της ομάδας. Αυτές οι λεπτομέρειες είναι ιδιαίτερα σημαντικές για τους επενδυτές, επειδή ενδιαφέρονται να μάθουν ποιοι βρίσκονται πίσω από την εταιρεία και αν είναι σε θέση να μετατρέψουν μια ιδέα σε μια επιτυχημένη επιχείρηση..

- *Επισκόπηση της εταιρείας*

Η επισκόπηση της εταιρείας θα είναι πιθανότατα το συντομότερο τμήμα του επιχειρηματικού σας σχεδίου. Μη διστάσετε να αφαιρέσετε αυτό το τμήμα εάν σκοπεύετε να μοιραστείτε το επιχειρηματικό σας σχέδιο με τους επιχειρηματικούς σας εταίρους και τα μέλη της ομάδας σας. Εάν το επιχειρηματικό σας σχέδιο προορίζεται για άτομα εκτός της εταιρείας, θα πρέπει να συμπεριλάβετε σε αυτό το τμήμα: την αποστολή της εταιρείας, τη δομή και την ιδιοκτησία της εταιρείας, την τοποθεσία της, το ιστορικό της (εάν η εταιρεία έχει ήδη συσταθεί)

- *Η ομάδα σας*

Αν νομίζετε ότι το μόνο που χρειάζεται για να προσελκύσετε έναν επενδυτή ή για να πετύχει η επιχείρησή σας είναι μια επιχειρηματική ιδέα, κάνετε λάθος. Λέγεται ότι οι επενδυτές δεν επενδύουν σε ιδέες αλλά σε ανθρώπους. Έχοντας να επιλέξουν μεταξύ του συνδυασμού μιας εξαιρετικής ιδέας που διαχειρίζεται μια μέτρια ομάδα και μιας μέτριας ιδέας που διαχειρίζεται μια εξαιρετική ομάδα, πολλοί επενδυτές θα επιλέξουν τον δεύτερο συνδυασμό.

Η παρουσίαση της ομάδας στο επιχειρηματικό σας σχέδιο δείχνει ότι μελετήσατε προσεκτικά τους ρόλους και τις ευθύνες που θα έχουν στην ανάπτυξη και την εξέλιξη της επιχείρησής σας. Δεν χρειάζεται να έχετε μια πλήρη ομάδα μέχρι τη στιγμή που συντάσσετε το επιχειρηματικό σας σχέδιο. Είναι σημαντικό να γνωρίζετε τις θέσεις που πρέπει να καλύψετε και να αναφέρετε στο σχέδιό σας ότι αναζητάτε τους κατάλληλους ανθρώπους.

III. Το οικονομικό σχέδιο

Αυτό είναι το τελευταίο κεφάλαιο του επιχειρηματικού σας σχεδίου. Για πολλούς επιχειρηματίες αυτό είναι το δυσκολότερο μέρος, αλλά υπάρχει πληθώρα εργαλείων και πόρων που μπορούν να σας βοηθήσουν να δημιουργήσετε ένα σταθερό οικονομικό σχέδιο.

Τι πρέπει να συμπεριλάβετε σε αυτό το οικονομικό σχέδιο;

- Η πρόβλεψη πωλήσεων
- Το σχέδιό σας για το προσωπικό
- Την κατάσταση κερδών και ζημιών σας (ή P&L)
- Η χρήση των κεφαλαίων

3. Πώς να χρηματοδοτήσετε την επιχείρησή σας

Η έναρξη και η ανάπτυξη μιας επιχείρησης, ακόμη και διαδικτυακής, απαιτεί κεφάλαια που πολλοί νέοι επιχειρηματίες δεν διαθέτουν και δεν γνωρίζουν πού να τα βρουν ή πώς να έχουν πρόσβαση σε αυτά. Μια νέα επιχείρηση χρειάζεται χρήματα για να καλύψει το κόστος εκκίνησης, και οι ενεργές επιχειρήσεις πρέπει να χρηματοδοτήσουν την ανάπτυξή τους και το κεφάλαιο κίνησης. Υπάρχει ένα ευρύ φάσμα επιλογών χρηματοδότησης, αλλά πρέπει να έχετε κατά νου ότι η πρόσβαση σε αυτές εξαρτάται από πολλούς παράγοντες.

Για παράδειγμα, μια ήδη λειτουργούσα εταιρεία έχει πρόσβαση στα συνήθη δάνεια που παρέχουν οι παραδοσιακές τράπεζες για την ανάπτυξη επιχειρήσεων. Για μια νεοσύστατη επιχείρηση, η προσπάθεια να λάβει ένα τέτοιο δάνειο μπορεί να αποδειχθεί εξαιρετικά δύσκολη, μερικές φορές ακόμη και αδύνατη αποστολή. Μια νεοσύστατη επιχείρηση υψηλής τεχνολογίας με πολύ γρήγορο δυναμικό ανάπτυξης μπορεί να έχει πρόσβαση σε επενδύσεις που μια σταθερή επιχείρηση, αλλά με αργή ανάπτυξη, δεν θα μπορούσε να αποκτήσει.

Επομένως, για να λάβετε χρηματοδότηση, πρέπει να προσαρμόσετε τη διαδικασία αναζήτησης στις ιδιαιτερότητες της εταιρείας που θέλετε να ιδρύσετε ή να αναπτύξετε.

Είναι σημαντικό να καταλάβετε ότι η εξεύρεση χρηματοδότησης εξακολουθεί να είναι μια δύσκολη προσπάθεια και ότι για να έχετε πρόσβαση σε αυτή χρειάζεστε ένα προσεκτικά σχεδιασμένο επιχειρηματικό σχέδιο.
Σε αυτό το υλικό σας προσφέρουμε πληροφορίες σχετικά με ορισμένες πηγές χρηματοδότησης της επιχείρησής σας.

3.1. Προσωπικοί οικονομικοί πόροι

Αν αποφασίσατε να γίνετε επιχειρηματίας, θα πρέπει να γνωρίζετε από την αρχή ότι για να ξεκινήσετε μια επιχείρηση όχι μόνο καταναλώνετε χρόνο και ενέργεια, αλλά και διακινδυνεύετε τα χρήματά σας ή τα περιουσιακά σας στοιχεία. Γι' αυτό η πρώτη πηγή χρηματοδότησης της επιχείρησής σας θα πρέπει να είναι τα προσωπικά σας χρήματα. Εάν εμπιστεύεστε την επιχείρηση που θέλετε να αναπτύξετε, γιατί να μην χρησιμοποιήσετε αυτά τα χρήματα που δεν σας κοστίζουν τίποτα; Αν διστάζετε να χρησιμοποιήσετε τα προσωπικά σας χρήματα επειδή δεν εμπιστεύεστε το επιχειρηματικό σας σχέδιο, τότε γιατί να μπείτε στον κόπο να προσπαθήσετε να αποκτήσετε εξωτερική χρηματοδότηση που μπορείτε αργότερα να επιστρέψετε;
Η χρήση προσωπικών χρημάτων για να ξεκινήσετε την επιχείρησή σας έχει μια σειρά από πλεονεκτήματα.

- Τα προσωπικά χρήματα είναι η φθηνότερη πηγή χρηματοδότησης. Κάθε χρήμα που λαμβάνεται από εξωτερική χρηματοδότηση έχει ένα ορισμένο κόστος εκτός της εσωτερικής του αξίας.
- Χρησιμοποιώντας προσωπικά χρήματα ή μέσω προσωπικού δανείου κερδίζετε την εμπιστοσύνη ενός δυνητικού επενδυτή. Μπορείτε να τους πείσετε ότι εμπιστεύεστε το σχέδιό σας και ότι είστε πρόθυμοι να αναλάβετε κινδύνους.
- Το προσωπικό χρήμα μπορεί να έχει άλλη αξία για εσάς. Θα τα ξοδέψετε πιο προσεκτικά και αυστηρά από τα χρήματα που προέρχονται από εξωτερική χρηματοδότηση.Πρέπει επίσης να λάβετε υπόψη σας το γεγονός ότι αν χρηματοδοτείτε μόνοι σας την επιχείρησή σας, τότε αναλαμβάνετε όλους τους κινδύνους που την συνοδεύουν.

Αν η επιχείρηση είναι επιτυχής, αναλαμβάνετε όλη την αξία και τα οφέλη, αν αποτύχει, χάνετε όλες τις προσωπικές επενδύσεις που δεσμεύσατε στη διαδικασία.

Όταν καταφεύγετε σε ξένες επενδύσεις - venture capitalists, angel investors - μπορείτε να μειώσετε μέρος του προσωπικού σας κινδύνου, αλλά συνήθως παραιτείστε από ένα μέρος της επιχείρησής σας, με όλες τις συνέπειες που προκύπτουν από αυτό.

Η παραχώρηση ιδίων κεφαλαίων ή ενός συγκεκριμένου ποσοστού ιδιοκτησίας γενικά σημαίνει ότι θα μοιραστείτε το κέρδος με κάποιον άλλον, εάν η επιχείρησή σας επεκταθεί επιτυχώς και στη συνέχεια εξαγοραστεί. Οι επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων και οι επενδυτές-άγγελοι επιδιώκουν συνήθως να επενδύσουν μόνο σε εταιρείες που έχουν στρατηγική εξόδου, με στόχο να αποκομίσουν σημαντικό κέρδος από την πώληση της επιχείρησής σας.

Αυτός είναι ένας από τους λόγους για τους οποίους πολλοί επιχειρηματίες αναλαμβάνουν το ρίσκο να χρησιμοποιήσουν προσωπικά χρήματα. Εάν καταφέρετε να δημιουργήσετε μια εταιρεία χωρίς εξωτερικούς επενδυτές, καταλήγετε να έχετε τα πάντα στην ιδιοκτησία σας. Δεν έχετε τους επενδυτές ως αφεντικά (έχετε πελάτες, αλλά αυτό είναι εντελώς διαφορετικό), μπορείτε να παίρνετε τις δικές σας αποφάσεις, ελέγχετε τη μοίρα σας..

3.2. Bootstrapping

Το Bootstrapping ορίζεται ως "ο τρόπος αυτός εξασφάλισης των πηγών χρηματοδότησης μιας επιχείρησης χωρίς να καταφεύγει σε εξωτερικούς πόρους, αλλά μόνο με την εξοικονόμηση και τη χρήση προσωπικών πόρων, τόσο χρηματικών όσο και οποιωνδήποτε άλλων προσωπικών πόρων, όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικά". Αυτός ο τύπος χρηματοδότησης μπορεί να εφαρμοστεί σε κάθε είδους επιχείρηση, ανεξάρτητα από τη δομή ή το στάδιο ανάπτυξής της.

Bootstrapping σημαίνει:

- Χρησιμοποίηση των εσωτερικών οικονομικών πόρων όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικά
- Βέλτιστη εξοικονόμηση πόρων
- Αυστηρή διαχείριση τόσο των επενδύσεων όσο και των δαπανών.

Εάν η επιχείρησή σας βρίσκεται στο στάδιο εκκίνησης και θέλετε να χρηματοδοτηθείτε μέσω bootstrapping, πρέπει να λάβετε υπόψη σας τις ακόλουθες συμβουλές:

- **Ξεκινήστε την επιχείρησή σας από το σπίτι ή από ένα εικονικό γραφείο.** Με αυτόν τον τρόπο δεν χρειάζεται να ανησυχείτε για το πώς θα βρείτε χρήματα για να πληρώσετε το ενοίκιο για ένα χώρο γραφείου ή για αποθήκευση.
- **Επικεντρωθείτε στη λειτουργικότητα**. Αν θέλετε να ξεκινήσετε μια μικρή επιχείρηση και να αγοράσετε ακριβό εξοπλισμό, θα έχετε πολύ μεγάλες πιθανότητες να χρεοκοπήσετε. Σε αυτή τη φάση πρέπει να προσανατολίζεστε στη λειτουργικότητα και όχι στην εικόνα. Στην αρχή της Apple, ο Steve Jobs ήταν διάσημος για το γεγονός ότι αγόρασε μερικές παλιές πόρτες και μερικά ξύλινα στηρίγματα σε πολύ χαμηλή τιμή από τα οποία έφτιαξε γραφεία, λέγοντας ότι εκπληρώνουν την ίδια λειτουργία με ένα γραφείο, αλλά 10 φορές φθηνότερα.
- **Χρησιμοποιήστε εθελοντές και ασκούμενους** όταν χρειάζεστε επιπλέον ανθρώπινο δυναμικό. Θα εκπλαγείτε όταν διαπιστώσετε ότι υπάρχουν τόσοι πολλοί άνθρωποι εκεί έξω πρόθυμοι να σας βοηθήσουν. Το μόνο που έχετε να κάνετε είναι να εντοπίσετε τι τους παρακινεί και, στο τέλος, να τους ανταμείψετε κατάλληλα
- **Χρησιμοποιήστε το Διαδίκτυο με έξυπνο τρόπο.** Το Διαδίκτυο σας προσφέρει τόσες πολλές ευκαιρίες να πληρώσετε λιγότερα για τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που χρειάζεστε για να ξεκινήσετε την επιχείρησή σας. Αρκεί να ψάξετε.
- **Προωθήστε την επιχείρησή σας από στόμα σε στόμα,** επειδή δεν χρειάζεται να πληρώσετε τίποτα και αυτό δημιουργεί εμπιστοσύνη. Το μόνο που έχετε να κάνετε είναι να μιλήσετε στους φίλους σας ή σε αγνώστους για την επιχείρησή σας και να τους μετατρέψετε σε υποστηρικτές του σκοπού σας.

- Επικεντρωθείτε στις ταμειακές ροές και όχι στην κερδοφορία.

3.3. Οι γονείς και οι φίλοι σας

Επειδή είστε νέοι και δεν είχατε αρκετό χρόνο για να συγκεντρώσετε πολλά χρήματα, σίγουρα δεν θα έχετε αρκετά για να ξεκινήσετε την επιχείρησή σας ή να την αναπτύξετε.

Εάν δεν έχετε αρκετά προσωπικά χρήματα, δεν έχετε βρει έναν επενδυτή-άγγελο, η επιχείρησή σας δεν είναι επιλέξιμη για κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου, οι τράπεζες δεν σας χρηματοδοτούν, τι μπορείτε να κάνετε; Στρέφεστε στην οικογένεια, στους φίλους σας, στους γνωστούς σας που έχουν αρκετά χρήματα για να υποστηρίξουν την αρχική επένδυση. Σας γνωρίζουν πολύ καλά ως άτομο, γνωρίζουν τις δεξιότητες και τις ικανότητές σας και αν έχουν εμπιστοσύνη σε εσάς, στο σχέδιό σας, σίγουρα θα σας δώσουν τη χρηματοδότηση που χρειάζεστε.

Αυτός ο τύπος χρηματοδότησης είναι εξαιρετικά δημοφιλής σε όλο τον κόσμο λόγω των πλεονεκτημάτων που μπορεί να προσφέρει:

- Ταχύτητα. Είναι ταχύτερο να λάβετε χρήματα από ένα γνωστό πρόσωπο παρά από οποιαδήποτε άλλη εξωτερική πηγή.
- Απλότητα. Ένας γνωστός που σας προσφέρει τα χρήματα ως δάνειο δεν πρόκειται να σας ζητήσει τόσα επίσημα έγγραφα όσα θα ζητούσε ένας θεσμοθετημένος χρηματοδότης.
- Αποτελεί μοχλό για την απόκτηση άλλου τύπου χρηματοδότησης. Αυτό το είδος χρηματοδότησης σας διευκολύνει να ξεκινήσετε μια επιχείρηση που μπορεί να σας βοηθήσει να αποκτήσετε μεγαλύτερη χρηματοδότηση από άλλο είδος επενδυτή.

Ωστόσο, η χρηματοδότηση που λαμβάνεται από συγγενείς ή φίλους μπορεί επίσης να έχει παγίδες και για τα δύο μέρη:

- Συχνά, οι συγγενείς και οι φίλοι δεν έχουν την πολυτέλεια να χάσουν τα χρήματα που σας προσφέρουν. Όταν απευθύνεστε σε αυτούς θα πρέπει να το λάβετε αυτό υπόψη σας. Εάν

οι άνθρωποι στους οποίους απευθύνεστε μπορεί να χρειαστεί να υποθηκεύσουν το σπίτι τους για να σας βοηθήσουν με το δάνειο, δεν θα πρέπει να τους αφήσετε να το κάνουν αυτό.

- Οι επιχειρηματίες τείνουν να δανείζονται περισσότερα χρήματα από όσα χρειάζονται από συγγενείς ή φίλους και αυτό επιβαρύνει άσκοπα την επιχείρηση με αδικαιολόγητα έξοδα και επενδύσεις.

- Ένα άλλο λάθος που κάνουν πολλοί επιχειρηματίες που καταφεύγουν σε τέτοιου είδους χρηματοδότηση είναι ότι δεν έχουν ένα πολύ ακριβές σχέδιο για την επιστροφή των χρημάτων αυτών. Αυτή η έλλειψη σχεδιασμού μπορεί να οδηγήσει σε απογοήτευση τους επενδυτές και να δημιουργήσει εντάσεις μεταξύ αυτών και του επιχειρηματία.Οι περισσότερες επενδύσεις αυτού του τύπου πραγματοποιούνται χωρίς συμβατικά έγγραφα. Πρόκειται για μια κλασική παγίδα, ακριβώς επειδή "είμαστε οικογένεια" ή "είμαστε φίλοι", η απλή αναφορά συμβολαιογραφικού συμβολαίου θεωρείται συχνά "προσβολή" και μια τέτοια σύμβαση συχνά εγκαταλείπεται.

3.4. Άγγελοι-επενδυτές

Ο επενδυτής-άγγελος είναι ένα πρόσωπο που διαθέτει μεγάλους οικονομικούς πόρους και προσφέρει κεφάλαια για επιχειρήσεις στο στάδιο της εκκίνησης, με αντάλλαγμα τη συμμετοχή του ως μετόχου στην εταιρεία ή ως μετατρέψιμο δάνειο. Αυτοί οι επενδυτές είναι εξαιρετικά σημαντικοί για τις μικρές επιχειρήσεις που δεν θα είχαν εύκολα πρόσβαση σε άλλου είδους χρηματοδότηση. Μέσω αυτής της αρχικής χρηματοδότησης, συμβάλλουν στην εκκίνηση της επιχείρησης, γεγονός που θα επιτρέψει αργότερα την προσέλκυση άλλων μεγαλύτερων πηγών χρηματοδότησης. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο αυτό το είδος χρηματοδότησης ονομάζεται επίσης χρηματοδότηση σποράς.

Έτσι, ένας άγγελος επενδυτής θα εμπλακεί είτε σε επιχειρήσεις που δεν έχουν ακόμη κυκλοφορήσει στην αγορά, είτε σε νεοσύστατες επιχειρήσεις που χρειάζονται χρηματοδότηση για να μπορέσουν να αναπτυχθούν. Ακόμη και αν οι τομείς δραστηριότητας στους οποίους εμπλέκονται είναι διαφοροποιημένοι, εξακολουθούν να προτιμούν να επενδύουν σε επιχειρήσεις που μπορούν να προσφέρουν υψηλή απόδοση για να καλύψουν το υψηλό ποσοστό κινδύνου. Οι αγαπημένοι τους στόχοι είναι οι επιχειρήσεις σε τομείς υπηρεσιών που δεν απαιτούν μεγάλα κεφάλαια, οι οποίες έχουν επίσης τεχνολογικό στοιχείο (πληροφορική, επικοινωνίες) και οι οποίες προσφέρουν καλή έξοδο στο μέλλον.

Τα πλεονεκτήματα που έχετε αν γίνετε εταίρος ενός επενδυτή-αγγέλου είναι τα εξής:

- Δεν χρειάζεστε εγγύηση για να λάβετε τη χρηματοδότηση,
- Μπορούν να σας παρέχουν άμεση και προσωπική υποστήριξη στην ανάπτυξη της στρατηγικής σας, στον καθορισμό και την επιδίωξη των στόχων σας,
- Μπορούν να εξασφαλίσουν χρήσιμες συμβάσεις χάρη στη φήμη τους στον επιχειρηματικό κόσμο,
- Μπορούν να βρουν μεγαλύτερες πηγές αναχρηματοδότησης, εάν η εταιρεία το χρειαστεί,
- -Μπορούν να βρουν πηγές εξόδου με πολύ καλή απόδοση τόσο για τους ίδιους όσο και για τον επιχειρηματία.

Τι είναι αυτό που εκτιμά ένας επενδυτής άγγελος:

- Την εμπειρία και τα προηγούμενα επιτεύγματα του επιχειρηματία στον κλάδο στον οποίο θέλει να επενδύσει,
- Η φήμη και η ηθική του επιχειρηματία, δεδομένου ότι αναμένεται πλήρης εμπιστοσύνη μεταξύ των 2.
- Η άνευ όρων ανάληψη από τον ανάδοχο ενός μέρους του κινδύνου στο αντίστοιχο έργο.

Οι επενδυτές-άγγελοι είναι πολύ περισσότεροι από τους επενδυτές επιχειρηματικού κινδύνου και είναι συνήθως πολύ πιο διαθέσιμοι για νεοσύστατες ή ολοκαίνουργιες επιχειρήσεις..

Αν και οι επενδύσεις αγγέλων είναι παρόμοιες με τις επενδύσεις κινδύνου, υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ τους:

- Οι επενδυτές άγγελοι είναι άτομα ή ομάδες που επενδύουν τα δικά τους χρήματα
- Οι άγγελοι επενδυτές προτιμούν να επενδύουν στη φάση εκκίνησης, ενώ οι επενδυτές κινδύνου συνήθως περιμένουν μερικά χρόνια ανάπτυξης.

3.5. Κεφάλαιο επιχειρηματικού κινδύνου

Το επιχειρηματικό κεφάλαιο είναι ένα μέσο χρηματοδότησης που χρησιμοποιείται γενικά για τη στήριξη εταιρειών και μικρών επιχειρήσεων με πολύ υψηλές προοπτικές ανάπτυξης. Οι χρηματοδοτικοί τους πόροι μπορεί να προέρχονται από διάφορες πηγές: ιδιωτικά και δημόσια συνταξιοδοτικά ταμεία, κληροδοτήματα, ιδρύματα, εταιρείες και πλούσιους ανθρώπους από όλο τον κόσμο. Οι διαχειριστές τους είναι επιχειρηματίες που επενδύουν τα κεφάλαια άλλων ανθρώπων, με επαγγελματική ευθύνη να μειώσουν τους κινδύνους όσο το δυνατόν περισσότερο. Οι εταιρείες που είναι πιθανό να λάβουν χρηματοδότηση από επενδυτές κινδύνου είναι αυτές που δραστηριοποιούνται σε τομείς όπως οι επικοινωνίες, τα πολυμέσα, η βιοτεχνολογία κ.λπ.

Τι πρέπει να γνωρίζετε για τους κεφαλαιούχους επιχειρηματικών συμμετοχών:

- Δεν επενδύουν σε νεοσύστατες επιχειρήσεις αν δεν υπάρχει ιδανικός συνδυασμός ευκαιριών προϊόντος - ευκαιρίας αγοράς - διοικητικής εμπειρίας,
- Αναζητούν επιχειρήσεις που πιστεύουν ότι θα μπορούσαν να αναπτυχθούν σημαντικά μέσα σε λίγα χρόνια. Γνωρίζουν ότι δεν θα είναι όλες οι επιχειρήσεις στις οποίες επενδύουν κερδοφόρες και γι' αυτό οι κερδισμένες θα πρέπει να καλύψουν τις ζημίες.

- Επικεντρώνονται σε νέα προϊόντα και αγορές όπου οι πωλήσεις αναμένεται να αυξηθούν εκθετικά σε σύντομο χρονικό διάστημα. Προσπαθούν να συνεργαστούν μόνο με ομάδες που έχουν ασχοληθεί με επιτυχημένες νεοφυείς επιχειρήσεις στο παρελθόν.Εάν σκέφτεστε να πάρετε μια τέτοια χρηματοδότηση για την έναρξη της επιχείρησής σας, θα πρέπει να γνωρίζετε ότι πρόκειται για μια απίστευτα δύσκολη αποστολή. Στην πραγματικότητα, λιγότερο από το 1% των επιχειρήσεων που ξεκινούν κάθε χρόνο αποκτούν χρηματοδότηση κινδύνου..

3.6. Εμπορικοί πιστωτές

Οι τράπεζες είναι λιγότερο πρόθυμες να επενδύσουν ή να δανείσουν χρήματα για την έναρξη μιας επιχείρησης. Ωστόσο, αποτελούν την πιο πιθανή πηγή χρηματοδότησης για τις μικρές επιχειρήσεις. Μια επιχείρηση που βρίσκεται στην αγορά για αρκετά χρόνια μπορεί να δημιουργήσει αρκετή σταθερότητα και περιουσιακά στοιχεία που θα χρησιμεύσουν ως εγγύηση. Οι τράπεζες μπορούν συνήθως να δανείσουν μικρές επιχειρήσεις με βάση τα αποθέματα ή τους εισπρακτέους λογαριασμούς. Ανάλογα με τα 2 στοιχεία, βάσει ενός τύπου, η τράπεζα καθορίζει πόσο μπορεί να δανειστεί η επιχείρηση.

Ένα μεγάλο μέρος των μικρών επιχειρήσεων χρηματοδοτείται με τραπεζικά δάνεια που βασίζονται στην προσωπική εγγύηση του επιχειρηματία (ακίνητα). Έτσι, τα ίδια κεφάλαια καθίστανται η σημαντικότερη πηγή χρηματοδότησης για τις μικρές επιχειρήσεις.

3.7. Ειδικά χρηματοδοτικά προγράμματα

Σε επίπεδο ΕΕ ή σε κάθε κράτος μέλος υπάρχουν προγράμματα μη επιστρεπτέων χρηματοδοτήσεων για νεοσύστατες επιχειρήσεις ή ακόμη και για εταιρείες που σχεδιάζουν να αναπτυχθούν. Ένα τέτοιο πρόγραμμα μπορεί να αποδειχθεί μια μεγάλη ευκαιρία για τη χρηματοδότηση της επιχείρησής σας.

Η απόκτηση μιας τέτοιας χρηματοδότησης απαιτεί την επιλογή επιχειρηματικών σχεδίων στα οποία προσχωρούν πολλοί επιχειρηματίες. Ο καθένας θα προτιμούσε μια μη επιστρεπτέα χρηματοδότηση, ειδικά ως ολοκαίνουργια εταιρεία, και γι' αυτό πρέπει να γνωρίζετε ότι το να πάρετε αυτά τα χρήματα δεν είναι καθόλου εύκολο.

Τι πρέπει να κάνετε για να αποκτήσετε πρόσβαση στα κεφάλαια ενός τέτοιου προγράμματος:

- Ενημερωθείτε για τα υπάρχοντα προγράμματα και επιλέξτε τη σωστή επιλογή για την επιχείρησή σας,
- Μελετήστε τα κριτήρια επιλεξιμότητας, την τεκμηρίωση που πρέπει να προετοιμάσετε, την προθεσμία υποβολής αιτήσεων, τους όρους χρηματοδότησης και την αξιολόγηση του έργου,
- Συντάξτε την απαιτούμενη τεκμηρίωση και υποβάλετε το σχέδιο

3.8. Crowdfunding

Το Crowdfunding είναι μια μοντέρνα μέθοδος χρηματοδότησης επιχειρήσεων που περιλαμβάνει το να πείσετε ανθρώπους να επενδύσουν στην επιχείρησή σας μέσω μιας εταιρικής σχέσης. Η μέθοδος αυτή γίνεται γενικά διαδικτυακά και έχει συμβάλει στη χρηματοδότηση πολλών νεοσύστατων επιχειρήσεων. Έχει αποδειχθεί ότι είναι μια ευνοϊκή πλατφόρμα για νέους επιχειρηματίες που δεν διαθέτουν οικονομικούς πόρους.

Αποφύγετε να πέσετε στην παγίδα της πεποίθησης ότι το crowdfunding είναι ένα μαγικό ραβδί, μια φωλιά με χρυσά αυγά που μπορεί να μετατρέψει το όνειρό σας σε πραγματικότητα. Για να λάβετε χρηματοδότηση πρέπει να έχετε ένα σταθερό επιχειρηματικό σχέδιο ικανό να πείσει τους ανθρώπους να επενδύσουν στην επιχειρηματική σας ιδέα.

Αν έχετε μια επιχειρηματική ιδέα που θεωρείτε επιτυχημένη και θέλετε να δείτε πόσα κεφάλαια και πόση προσοχή δημιουργεί στο διαδικτυακό περιβάλλον, ξεκινήστε αναπτύσσοντας πρώτα το επιχειρηματικό σας σχέδιο.

4. Βασικά στοιχεία μάρκετινγκ και SEM

4.1 Marketing για αρχάριους

Η Αμερικανική Ένωση Μάρκετινγκ (AMA) ορίζει το μάρκετινγκ ως "μια λειτουργία και ένα σύνολο διαδικασιών για τη δημιουργία, την επικοινωνία και την παροχή αξίας στους πελάτες και για τη διαχείριση των πελατειακών σχέσεων με τρόπους που ωφελούν τον οργανισμό και τα ενδιαφερόμενα μέρη του".

Γενικά, το **μάρκετινγκ** είναι "η επιστήμη και η τέχνη του να πείθεις τους πελάτες να αγοράσουν".

Οι άνθρωποι περνούν όλο και περισσότερο χρόνο στο διαδίκτυο, οπότε ο τρόπος με τον οποίο κάνουν τις αγορές τους έχει αλλάξει: το παραδοσιακό μάρκετινγκ δεν είναι πλέον τόσο αποτελεσματικό όσο ήταν πριν από μερικά χρόνια.

Το μάρκετινγκ είχε πάντα να κάνει με τη σύνδεση με το κοινό σας στο σωστό μέρος τη σωστή στιγμή. Σήμερα, αυτό σημαίνει ότι πρέπει να συνδεθούμε με το κοινό-στόχο μας ακριβώς εκεί όπου περνάει το χρόνο του: και αυτό είναι το διαδίκτυο.

Το μάρκετινγκ μηχανών αναζήτησης (SEM) μπορεί να προσφέρει πολλές ευκαιρίες για την προώθηση μιας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος. Η παραδοσιακή διαφήμιση μεταφέρει ένα μήνυμα σε όλους, αλλά το μάρκετινγκ μηχανών αναζήτησης απευθύνεται σε μια πολύ συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων: τους χρήστες που αναζητούν ενεργά συγκεκριμένα προϊόντα και υπηρεσίες. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τη διαδικτυακή διαφήμιση για να απευθυνθείτε απευθείας σε μελλοντικούς πελάτες.

4.2 Τι είναι το SEM;

Το **SEM** είναι ένα ακρωνύμιο για το **Search Engine Marketing** ή το μάρκετινγκ διαδικτύου. Το SEM είναι στην πραγματικότητα μια τεχνική μάρκετινγκ που τοποθετεί διαφημίσεις στις σελίδες αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης με βάση τις λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιούν οι χρήστες του διαδικτύου όταν αναζητούν διάφορες πληροφορίες.

Στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, αν η διαφήμισή σας εμφανίζεται κάπου, πρέπει να πληρώσετε γι' αυτήν, ακόμη και αν κανένας από αυτούς που την βλέπουν δεν ενδιαφέρεται για το συγκεκριμένο είδος προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρει η εταιρεία σας. Σε αντίθεση με το παραδοσιακό μάρκετινγκ, το μάρκετινγκ στις μηχανές αναζήτησης στοχεύει σε άτομα που ενδιαφέρονται για προϊόντα παρόμοια με τα δικά σας.

Το SEM σας επιτρέπει να χρησιμοποιείτε διαφημιστικό χώρο όταν οι άνθρωποι αναζητούν συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά που είναι σχετικές με την επιχείρησή σας.

Το SEM είναι μια αποτελεσματική μορφή διαδικτυακής διαφήμισης, επειδή οι χρήστες που αναζητούν πληροφορίες μέσω των μηχανών αναζήτησης δηλώνουν στην πραγματικότητα το ενδιαφέρον τους για αυτό που επιδιώκουν (να πληροφορηθούν ή ακόμη και να αγοράσουν). Αυτό επιτρέπει στις εταιρείες να υποβάλλουν προσφορές στις λέξεις-κλειδιά που συνθέτουν αυτές τις αναζητήσεις, για να εμφανίσουν ένα μήνυμα σχετικό με το εκδηλωμένο ενδιαφέρον των χρηστών.

Με τη σωστή χρήση, το SEM είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για την απόκτηση επισκεπτών στον ιστότοπο και τη μετατροπή τους σε δυνητικούς αγοραστές, δίνοντάς σας την ευκαιρία να προσεγγίσετε τους δυνητικούς πελάτες σας χωρίς να επενδύσετε μεγάλα χρηματικά ποσά στο μάρκετινγκ για να δημιουργήσετε φήμη για την επωνυμία σας. Όλα αυτά με την απόδοση της διαφημιστικής δαπάνης (ROAS).

Η πληρωμή μόνο σε περίπτωση κλικ στη διαφήμισή σας είναι ειδική για το SEM. Εάν η διαφήμισή σας εμφανίζεται αλλά κανείς δεν κάνει κλικ σε αυτήν, δεν θα χρεωθείτε. **Μια τέτοια διαφήμιση ονομάζεται διαφήμιση Pay Per Click.**

Μια σημαντική πτυχή της βελτιστοποίησης για τις μηχανές αναζήτησης είναι ότι βοηθά τόσο τους χρήστες όσο και τις μηχανές αναζήτησης να κατανοήσουν λεπτομερώς το περιεχόμενο του ιστότοπού σας και τον τρόπο με τον οποίο οι σελίδες του μπορούν να είναι χρήσιμες στους χρήστες. Γι' αυτό είναι πολύ σημαντικό να γνωρίζετε τους πιθανούς πελάτες σας και να προσπαθείτε να τους παρέχετε σχετικό περιεχόμενο μέσω του ιστοτόπου σας.

4.3 Πώς λειτουργεί μια δημοπρασία SEM

Όταν οι εταιρείες ανταγωνίζονται για την εμφάνιση διαφημίσεων στην ίδια σελίδα με τα αποτελέσματα αναζήτησης, οι μηχανές αναζήτησης χρησιμοποιούν προσφορές για να καθορίσουν ποιες διαφημίσεις θα εμφανίζονται και με ποια σειρά. Η πραγματοποίηση μιας εκστρατείας μάρκετινγκ με επίκεντρο το SEM απαιτεί προηγούμενη έρευνα αγοράς, επιλογή των σωστών λέξεων-κλειδιών και σύνταξη ενός σύντομου, ακριβούς αλλά ελκυστικού μηνύματος.

Κάθε σύστημα SEM λειτουργεί με βάση μια **δημοπρασία**. Εάν έχετε αποφασίσει να συμμετάσχετε σε μια τέτοια δημοπρασία, πρέπει να λάβετε υπόψη σας και άλλους παράγοντες, εκτός από την τιμή.

Η σελίδα αποτελεσμάτων περιέχει οργανικές καταχωρίσεις, δηλαδή δωρεάν καταχωρίσεις και πληρωμένες διαφημίσεις. Οι μηχανές αναζήτησης μπορούν να περιορίσουν τον χώρο για τις πληρωμένες διαφημίσεις που μπορούν να εμφανιστούν σε μια σελίδα. Οι διαφημιζόμενοι μπαίνουν στον ανταγωνισμό (δημοπρασία) για αυτές τις θέσεις. Οι διαφημίσεις που κερδίζουν

εμφανίζονται στις καλύτερες θέσεις, στη σελίδα των αποτελεσμάτων, αυτές που βρίσκονται πιο πάνω.

Πώς λειτουργεί αυτή η δημοπρασία; Προφανώς, όπως κάθε άλλη δημοπρασία. Καταθέτετε μια προσφορά (μια προσφορά) που καθορίζει την απόδοσή σας. Αλλά δεν είναι μόνο η προσφορά. Η συνάφεια της διαφήμισής σας είναι επίσης σημαντική. ***Μια προσφορά κερδίζεται όταν έχετε ανταγωνιστική προσφορά και αυξημένη συνάφεια.***

Οι προσφορές των ανταγωνιστών μπορεί να αλλάξουν ανά πάσα στιγμή, επομένως είναι πολύ σημαντικό να παρακολουθείτε τις προσφορές για βέλτιστα αποτελέσματα. Η **συνάφεια** μετράται σε μια κλίμακα από το 1 έως το 10 και δίνεται από την αντιστοιχία μεταξύ της **διαφήμισής σας και των αναζητήσεων των ανθρώπων.** Έτσι, κάθε διαφήμιση λαμβάνει μια βαθμολογία ποιότητας από τη μηχανή αναζήτησης, με βάση τη συνάφεια.

Όταν δύο ανταγωνιστές έχουν την ίδια προσφορά, υπερισχύει αυτή με την υψηλότερη βαθμολογία ποιότητας. Οι καμπάνιες SEM θα πρέπει να επανεξετάζονται συνεχώς για την εξεύρεση νέων τρόπων για να γίνουν σχετικές.Η τιμή που είστε διατεθειμένοι να πληρώσετε ανά κλικ (max cpc) και η βαθμολογία ποιότητας θα καθορίσουν την απόδοση της δημοπρασίας σας. Η συνάφεια προηγείται. Ακόμη και με υψηλή προσφορά, εάν η βαθμολογία συνάφειας είναι χαμηλή, η διαφήμισή σας ενδέχεται να μην εμφανιστεί καθόλου. Στη διαφήμιση, η ταύτιση με τους όρους που αναζητούν οι άνθρωποι είναι απαραίτητη. Με αυτόν τον τρόπο μπορείτε να αποκτήσετε καλύτερες θέσεις διαφήμισης χωρίς επιπλέον κόστος.

Το διαδικτυακό μάρκετινγκ βασίζεται σε λέξεις-κλειδιά/φράσεις. Χωρίς να γνωρίζετε την αξία που προσδίδουν στην επιχείρηση αυτές οι λέξεις-κλειδιά, δεν είστε σε θέση να ξέρετε αν κάνετε μια καλή επένδυση ή όχι.

Πώς όμως γνωρίζετε την αξία των λέξεων-κλειδιών σας πριν ξεκινήσετε την καμπάνια σας; Πρώτα απ' όλα, οι λέξεις-κλειδιά πρέπει να είναι σχετικές, πρέπει να περιγράφουν στενά την

επιχειρηματική σας δραστηριότητα/υπηρεσίες. Ένας καλός οδηγός είναι η ποσότητα της επισκεψιμότητας που μπορεί να έχει μια λέξη-κλειδί. Υπάρχουν επίσης εργαλεία ανάλυσης και εκτίμησης της επισκεψιμότητας ανά λέξη-κλειδί. Αλλά τελικά πρέπει να προσδιορίσετε, με διαδοχικές προσπάθειες, ποιες λέξεις είναι οι καταλληλότερες.

Ad-rank - ο παράγοντας που υπαγορεύει τη βαθμολογία μιας δημοπρασίας - υπολογίζεται ως γινόμενο μεταξύ της προσφοράς και της συνάφειας.

Μπορείτε να δείτε πού εμφανίζονται οι διαφημίσεις σας στη σελίδα αποτελεσμάτων αναζήτησης της Google, είτε ελέγχετε τις τιμές εμφάνισης στην πρώτη θέση είτε στις πρώτες θέσεις.

4.4 Πώς μπορείτε να δημιουργήσετε διαφημίσεις που ξεχωρίζουν;

Όταν κάνετε αναζήτηση στο διαδίκτυο, πολλές από τις διαφημίσεις στη σελίδα αποτελεσμάτων μοιάζουν πολύ. Είναι πολύ εύκολο για τη διαφήμισή σας να χαθεί σε ένα τέτοιο πλαίσιο. Ήρθε η ώρα να δημιουργήσετε κάτι μοναδικό που μπορεί να σας διαφοροποιήσει από τον ανταγωνισμό σας.

Ακολουθούν ορισμένες συμβουλές καθοδήγησης:

- **Δώστε έμφαση στη συνάφεια.** Γράψτε τον τίτλο της διαφήμισής σας έτσι ώστε να ταιριάζει με τις αναζητήσεις των ανθρώπων! Αναζητήστε σχετικές λέξεις-κλειδιά και χρησιμοποιήστε τις στη διαφήμισή σας!
- **Κάντε την προσφορά σας να ξεχωρίζει**. Μπορείτε να το κάνετε αυτό προσθέτοντας στην πρώτη γραμμή κάτι που προσελκύει την προσοχή του πελάτη (για παράδειγμα μια έκπτωση 25% στην πρώτη αγορά από τον ιστότοπό σας).
- Θέλετε η διαφήμισή σας να περιέχει μια **πρόσκληση για δράση** (μελέτες ψυχολογίας δείχνουν ότι οι άνθρωποι αντιδρούν θετικά σε τέτοιες συγκεκριμένες προσκλήσεις για δράση). Παράδειγμα: "Αγοράστε τώρα!", "Κάντε κράτηση τώρα!" ή ακόμα καλύτερα:

"Αγοράστε τώρα!", "Κάντε κράτηση τώρα!" ή ακόμα καλύτερα: "Κάντε κράτηση τώρα!": "Επισκεφθείτε το ηλεκτρονικό μας κατάστημα!" κ.ο.κ. Αυτή η πρόσκληση πρέπει να εμφανίζεται στη 2η γραμμή.

5. Παραδείγματα online επιχειρήσεων

Αφού αποφασίσετε για τον τρόπο ζωής σας και τον λόγο για τον οποίο θα ξεκινήσετε μια διαδικτυακή επιχείρηση, είναι καιρός να αναλύσετε ορισμένα μοντέλα μιας τέτοιας επιχείρησης προκειμένου να αποφασίσετε ποιο σας ταιριάζει καλύτερα.

5.1. Επαγγελματίας blogger

- **Καμπύλη εκμάθησης:** χαμηλή
- **Χρονικό διάστημα κέρδους:** 6 months
- **Δυνατότητα εισοδήματος:** USD 10,000 + per year
- **Κόστος εκκίνησης:** USD 100+
- **Απαιτούμενος χρόνος:** ελάχιστος
- **Παθητικός:** Όχι

Το εισόδημά σας μπορεί να προέρχεται από διάφορες πηγές, όπως η προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών άλλων εταιρειών, η πώληση διαφημιστικού χώρου ή ακόμη και η δημιουργία και πώληση των δικών σας ψηφιακών προϊόντων.

Το πραγματικά σημαντικό μέρος του να είσαι επαγγελματίας blogger είναι ότι χρειάζεσαι πολύ μικρή επένδυση για να ξεκινήσεις - χρειάζεσαι έναν υπολογιστή, σύνδεση στο διαδίκτυο, έναν ιστότοπο (δωρεάν ή επί πληρωμή) και την ικανότητα να γράφεις με ελκυστικό τρόπο. Μπορείτε επίσης να διευθύνετε αυτού του είδους την επιχείρηση από οπουδήποτε στον κόσμο, πράγμα που είναι ακριβώς αυτό που κάνουν πολλοί "ψηφιακοί νομάδες".

Οι δυνατότητες κέρδους σας ως blogger είναι σχεδόν απεριόριστες, αλλά χρειάζεται χρόνος για να χτίσετε το κοινό και τα έσοδά σας. Τούτου λεχθέντος, οι πιο παραγωγικοί επαγγελματίες μπλόγκερ κερδίζουν μεταξύ 10.000 και 100.000 δολαρίων το μήνα.

5.2. Δημιουργία ψηφιακών προϊόντων

- **Καμπύλη εκμάθησης:** Μέτρια
- **Χρονικό διάστημα κέρδους:** 3 μήνες
- **Δυνατότητα εισοδήματος**: USD 1 000 000 + ανά έτος
- **Κόστος εκκίνησης:** USD 500+
- **Απαιτούμενος χρόνος:** υψηλός
- **Παθητικός:** Ναι

Η δημιουργία ψηφιακών προϊόντων είναι η διαδικασία δημιουργίας μη φυσικών προϊόντων που οι πελάτες μπορούν να κατεβάσουν από τον ιστότοπό σας.

Για πολλά χρόνια, ο μόνος τύπος ψηφιακού προϊόντος που πωλούνταν στο διαδίκτυο ήταν το ηλεκτρονικό βιβλίο, αλλά τώρα τα ψηφιακά προϊόντα μπορούν να περιλαμβάνουν εκπαιδευτικά βίντεο, λογισμικό, εφαρμογές για smartphone, ψηφιακά πρότυπα, βιβλία Kindle, εκπαιδευτικά προγράμματα ήχου, φωτογραφίες αρχείου, κομμάτια ήχου αρχείου ή οποιοδήποτε άλλο είδος περιεχομένου που μπορεί να παραχθεί σε ψηφιακή μορφή. Αυτοί οι τύποι προϊόντων μπορούν να δημιουργηθούν γρήγορα και με πολύ χαμηλό κόστος.

Τα ψηφιακά προϊόντα μπορούν να δημιουργήσουν παθητικές ροές εισοδήματος για κάθε εκκολαπτόμενο ψηφιακό επιχειρηματία με σχεδόν απεριόριστες δυνατότητες εισοδήματος. Αυτό συμβαίνει αν δημιουργήσει το σωστό προϊόν για τη σωστή αγορά.

Τα ψηφιακά προϊόντα σας επιτρέπουν να λύνετε τα προβλήματα των άλλων ανθρώπων από την άνεση του σπιτιού σας, και αυτοί λαμβάνουν τις απαντήσεις στις ειδικές ερωτήσεις τους

σχεδόν αμέσως και σε μορφή που μπορούν να χρησιμοποιήσουν στον υπολογιστή του σπιτιού τους ή ακόμη και στο smartphone τους.

Το πρώτο βήμα για τη δημιουργία ενός επιτυχημένου ψηφιακού προϊόντος είναι η έρευνα της αγοράς. Μόλις διαπιστώσετε ότι υπάρχει αγορά για το προϊόν σας, πρέπει να το δημιουργήσετε. Αυτό μπορεί να είναι τόσο απλό όσο το να προσθέσετε πληροφορίες στο Microsoft Word και στη συνέχεια να τις συγκεντρώσετε ως αρχείο PDF, ή μπορεί να σημαίνει να πάρετε συνεντεύξεις από διάφορους ειδικούς για ένα συγκεκριμένο θέμα και στη συνέχεια να τις συγκεντρώσετε ως ηχητικό προϊόν.

Επικεντρωθείτε στην ποιότητα και όχι στην ποσότητα και να έχετε πάντα κατά νου τον στόχο να απαντήσετε στις πιο καυτές ερωτήσεις της στιγμής.

Όταν το ψηφιακό προϊόν είναι έτοιμο, έχετε τη δυνατότητα είτε να το πουλήσετε απευθείας από τον δικό σας ιστότοπο είτε να χρησιμοποιήσετε μια ψηφιακή αγορά, όπως το ClickBank ή το Udemy.

Υπάρχουν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα σε καθένα από αυτά, αλλά οι αρχάριοι στο μάρκετινγκ ψηφιακών προϊόντων μπορούν να απλοποιήσουν τη διαδικασία χρησιμοποιώντας μια εταιρεία όπως η ClickBank ή μια άλλη ψηφιακή αγορά.

Κάνουν όλη τη δύσκολη δουλειά για εσάς, και αυτό μπορεί να εξοικονομήσει πολλά χρήματα κατά τις πρώτες ημέρες της επιχείρησής σας με ψηφιακά προϊόντα. Το Udemy είναι ειδικά σχεδιασμένο για όσους ενδιαφέρονται για τη δημιουργία εκπαιδευτικών βίντεο.

5.3. Δημιουργός του YouTube

- **Καμπύλη εκμάθησης:** χαμηλή
- **Χρονικό διάστημα κέρδους:** 1 μήνας
- **Δυνατότητες κέρδους:** $ 1 000 + /μήνας

- **Κόστος εκκίνησης:** USD 0+
- **Απαιτούμενος χρόνος:** Μέτριος
- **Παθητικός:** Νο

Το Πρόγραμμα συνεργατών του YouTube σημαίνει ότι μπορείτε να εγγράφετε βίντεο, να τα ανεβάζετε στο YouTube και στη συνέχεια να πληρώνεστε όταν τα παρακολουθεί ο κόσμος.

Το μόνο που χρειάζεστε είναι ένα smartphone ή ένα φορητό υπολογιστή και μια κάμερα για να ξεκινήσετε. Μπορείτε να αρχίσετε να βγάζετε χρήματα σχεδόν αμέσως και δεν θα χρειαστεί ποτέ να ανησυχείτε για τη δημιουργία μιας ιστοσελίδας ή τη δημιουργία μιας λίστας πελατών.

Το YouTube πληρώνει τους κορυφαίους δημιουργούς βίντεο εκατομμύρια δολάρια κάθε χρόνο, οπότε θα μπορούσατε σίγουρα να δοκιμάσετε μια τέτοια δραστηριότητα αν μπορείτε να δημιουργήσετε ενδιαφέρον περιεχόμενο.

Δεν είναι κάθε βίντεο του YouTube που βλέπετε στο Διαδίκτυο που θα σας αποφέρει τέτοιου είδους κέρδη. Οι άνθρωποι που κερδίζουν πολλά χρήματα έχουν αφοσιωθεί στη δημιουργία βίντεο που προκαλούν ενδιαφέρον και δημιουργούν δράσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στη μουσική βιομηχανία υπάρχουν τέτοιες περιπτώσεις που ένα άτομο δημοσιεύει ένα βίντεο στο διαδίκτυο και ο αριθμός των προβολών απλά εκρήγνυται.

Οι διαφημίσεις εμφανίζονται στο YouTube πριν από την έναρξη ή το τέλος του βίντεο, με ελάχιστο χρόνο προβολής για όσους θέλουν να παρακολουθήσουν ένα βίντεο.

Οι χορηγοί χρηματοδοτούν το YouTube για την προβολή των διαφημίσεών τους και κάθε φορά που κάνετε κλικ σε μια διαφήμιση στο YouTube, πληρώνεται. Όταν συμμετέχετε στο Πρόγραμμα Συνεργασίας του YouTube, θα λάβετε μέρος αυτών των χρημάτων, περίπου το 55%. Αυτό σημαίνει ότι μπορείτε να αρχίσετε να βγάζετε χρήματα αμέσως.

Μπορείτε επίσης να κερδίσετε χρήματα μέσω του μάρκετινγκ θυγατρικών, πράγμα που σημαίνει ότι μπορείτε να αξιολογείτε προϊόντα και να τα μοιράζεστε με άλλους μέσω των βίντεο σας.

Υπάρχουν χιλιάδες άνθρωποι σε όλο τον κόσμο που θέλουν να δουν πώς λειτουργεί ένα προϊόν πριν το αγοράσουν. Μπορείτε να επωφεληθείτε από αυτό δημιουργώντας ένα βίντεο που δείχνει πώς λειτουργεί το προϊόν. Αυτός είναι ένας από τους ευκολότερους τρόπους για να ξεκινήσετε σε αυτόν τον τομέα και μπορεί να σας αποφέρει ακόμη υψηλότερο εισόδημα. Απλά βρείτε ένα προϊόν που σας αρέσει και μιλήστε γι' αυτό- δείξτε στους ανθρώπους τι σας αρέσει και τι όχι στο προϊόν και αν θα το συνιστούσατε ή όχι.

Οι διαφημίσεις θα εμφανιστούν στο βίντεό σας και οι χρήστες θα μπορούν να κάνουν κλικ σε αυτές για να μάθουν περισσότερα για το προϊόν και θα αυξήσετε το εισόδημά σας όταν οι χρήστες κάνουν κλικ σε αυτές.

Όσο περισσότερα βίντεο παράγετε, τόσο πιο πιθανό είναι ένα από αυτά να γίνει viral. Χρειάζεται συνεχής εργασία: πολλοί από τους πλούσιους σήμερα έχτισαν τις εταιρείες τους με συνεχή αφοσίωση, ενώ λίγοι έγιναν εκατομμυριούχοι από τη μια μέρα στην άλλη.

5.4. Επιχειρηματικό μοντέλο FBA Amazon

- **Καμπύλη εκμάθησης:** Μέτρια
- **Χρονικό διάστημα κέρδους:** 4 μήνες
- **Δυνατότητα εισοδήματος:** USD 10,000 + μηνιαίως
- **Κόστος εκκίνησης**: USD 1,000+
- **Απαιτούμενος χρόνος:** Μέτριος
- **Παθητικός:** Όχι

Το επιχειρηματικό μοντέλο FBA Amazon (Fulfillment by Amazon) είναι αυτό με το οποίο μπορείτε να έχετε τη δική σας σειρά προϊόντων που παρουσιάζονται στην Amazon, η οποία ασχολείται με τη συσκευασία, τη μεταφορά και τις υπηρεσίες για κάθε προϊόν που πουλάτε.

Μπορείτε να επιλέξετε να στείλετε έναν μικρό αριθμό προϊόντων που έχετε αγοράσει τοπικά με έκπτωση στο Amazon ή μπορείτε να επιλέξετε να χρησιμοποιήσετε ένα υπερπόντιο εργοστάσιο για να κατασκευάσει μια σειρά προϊόντων για εσάς. Οι παραγγελίες των πελατών σας εκτελούνται από την Amazon.

Αντί να χρειαστεί να δημιουργήσετε τον δικό σας ιστότοπο ηλεκτρονικού εμπορίου για να πουλήσετε αυτά τα προϊόντα, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τη δύναμη πώλησης του Amazon, επειδή οι άνθρωποι είναι πιο πιθανό να αγοράσουν από μια διαδικτυακή εταιρεία που γνωρίζουν και εμπιστεύονται.

Όταν διευθύνετε μια επιχείρηση FBA, πουλάτε φυσικά προϊόντα που παραδίδονται στους πελάτες σας, το οποίο είναι ένα πολύ διαφορετικό επιχειρηματικό μοντέλο από το μάρκετινγκ συνεργατών της Amazon ή την κατασκευή ιστοσελίδων AdSense, για παράδειγμα.

Αυτό το επιχειρηματικό μοντέλο είναι ιδανικό για όποιον θέλει μια πιο πρακτική επιχείρηση, η οποία μπορεί να επεκταθεί και να παράγει εκατομμύρια δολάρια κάθε χρόνο, ενώ παράλληλα χτίζει το νέο της εμπορικό σήμα.

Ακολουθούν ορισμένες συμβουλές για να αξιοποιήσετε στο έπακρο την επιχείρησή σας FBA:

- Δημιουργήστε ένα εξειδικευμένο κατάστημα για έναν μόνο τύπο προϊόντος, όπως παιχνίδια, ηλεκτρονικά ή άλλα είδη. Μην δημιουργήσετε ένα κατάστημα με ποικίλη γκάμα ειδών.
- Εάν έχετε προϊόντα που κατασκευάζονται στο εξωτερικό, το κόλπο είναι να αναλύσετε τι πωλείται ήδη και να ικανοποιήσετε αυτό το αίτημα.

- Τα μοναδικά προϊόντα πωλούνται πολύ πιο γρήγορα και σε μεγαλύτερες ποσότητες από τα προϊόντα που μπορείτε να βρείτε σε ένα τοπικό κατάστημα ή σε οποιοδήποτε άλλο ηλεκτρονικό κατάστημα.
- Πραγματοποιήστε μια μελέτη αγοράς όταν έχετε ιδέες για τα δικά σας προϊόντα. Αν δεν υπάρχει ήδη, είναι πιθανό να μην υπάρχει ζήτηση, να έχετε δημιουργήσει κάτι εντελώς καινούργιο ή κάποιος άλλος να έχει ήδη προσπαθήσει και αποτύχει σε αυτή την αγορά.
- Παραγγείλετε δείγματα από διάφορους κατασκευαστές, μέχρι να βρείτε έναν που να σας δίνει ακριβώς το προϊόν που σκεφτόσασταν.
- Φέρτε 10% περισσότερα αποθέματα από αυτά που πιστεύετε ότι θα χρειαστείτε για να καλύψετε τις καθυστερήσεις της διεθνούς ναυτιλίας.
- Επικεντρωθείτε στην προώθηση του προϊόντος σας μόλις ενεργοποιηθεί η καταχώρισή του και το Amazon θα κάνει όλη τη δουλειά των πωλήσεων για εσάς.

5.5. Μάρκετινγκ θυγατρικών

Καμπύλη εκμάθησης: χαμηλή

Χρονικό διάστημα κέρδους: 3 μήνες Amazon/1+ για άλλους τύπους

Δυνατότητα εισοδήματος: USD 10,000 + μηνιαίως

Κόστος εκκίνησης: USD 100+

Απαιτούμενος χρόνος: λίγος (Amazon)/ μέτριος για άλλους τύπους

Παθητικός: Ναι

Το μάρκετινγκ θυγατρικών είναι βασικά η διαδικασία κέρδους προμήθειας από την προώθηση του προϊόντος κάποιου άλλου.

Υπάρχουν δύο κύριοι τρόποι για να κάνετε μάρκετινγκ θυγατρικών:

- **Ενημερωτικά προϊόντα.** Προώθηση προιόντων όπως ηλεκτρονικά βιβλία, ιστότοπους μελών, σειρές βίντεο κ.λπ. Αυτός ο τύπος μάρκετινγκ θυγατρικών μπορεί να σας

αποφέρει προμήθεια έως και 50%, έχει σχετικά χαμηλά εμπόδια ένταξης και είναι εύκολο να βρείτε προϊόντα για προώθηση.

- **Συνεργάτες της Amazon.** Υπάρχουν εκατομμύρια προϊόντα για να διαλέξετε και μπορεί να είναι μια αρκετά κερδοφόρα επιχείρηση. Για περισσότερες πληροφορίες, ανατρέξτε στο Πρόγραμμα Συνεργατών της Amazon.

Πριν ασχοληθείτε με το μάρκετινγκ θυγατρικών, είναι καλή ιδέα να αποκτήσετε τις ελάχιστες δεξιότητες SEO και συγγραφής. (οδηγός για αρχάριους for SEO)

Το πρόγραμμα θυγατρικών της Amazon είναι μια πλατφόρμα μάρκετινγκ θυγατρικών που έχει σχεδιαστεί για διαδικτυακούς εκδότες που αναζητούν τρόπους για τη δημιουργία εσόδων από τους ιστότοπούς τους.

Με την ένταξή σας στο πρόγραμμα συνεργατών της Amazon, σας προσφέρεται ένα σύνολο εργαλείων που σας επιτρέπουν να δημιουργείτε συνδέσμους προς οποιοδήποτε προϊόν στην Amazon. Όταν οι επισκέπτες του ιστοτόπου σας κάνουν κλικ στους συνδέσμους, αποστέλλονται απευθείας στο Amazon και αν πραγματοποιήσουν αγορά, κερδίζετε προμήθεια.

Χρειάζεστε έναν ενεργό ιστότοπο για να υποβάλετε αίτηση για να γίνετε συνεργάτης της Amazon και υπάρχει μια διαδικασία έγκρισης, οπότε η αποδοχή σας δεν είναι εγγυημένη από την αρχή.

Η οικοδόμηση μιας επιχείρησης μάρκετινγκ συνεργατών Amazon απαιτεί πολύ μικρή τεχνική εμπειρία και μπορεί να αποφέρει σημαντικά χρηματικά ποσά.

Όπως και με άλλα μοντέλα μάρκετινγκ θυγατρικών, το μεγαλύτερο μέρος της εργασίας που απαιτείται για τη δημιουργία ενός ιστότοπου θυγατρικών της Amazon μπορεί να ανατεθεί σε εξωτερικούς συνεργάτες, οπότε το μόνο που χρειάζεστε είναι μια καλή ιδέα και διαθεσιμότητα για να μάθετε πώς λειτουργεί αυτός ο τύπος επιχείρησης στο διαδίκτυο.

Ως συνεργάτης της Amazon, μπορείτε να συνδεθείτε με οποιοδήποτε προϊόν εμφανίζεται στο Amazon και να κερδίσετε προμήθεια (αμοιβή αποστολής) μεταξύ 4% - 8%, ανάλογα με τον τύπο των προϊόντων που προωθείτε.

Κάθε προμήθεια που κερδίζετε προστίθεται στη συνέχεια στο υπόλοιπο του λογαριασμού σας, το οποίο σας καταβάλλεται κάθε 90 ημέρες, είτε με επιταγή είτε με απευθείας κατάθεση των χρημάτων στον τραπεζικό σας λογαριασμό.

5.6. Επιχειρηματικό μοντέλο ηλεκτρονικού εμπορίου

Συντηρούμενο κόστος: Μέτριο

Επένδυση χρόνου: Περιβάλλον

Κερδοφορία: Μέτρια (ενδεχομένως παθητική)

Αυτό το διαδικτυακό επιχειρηματικό μοντέλο βασίζεται στις πωλήσεις σε μία από τις τρεις κατηγορίες:

- **φυσικά προϊόντα:** ρούχα, παπούτσια, βιβλία, ηλεκτρικές συσκευές και οτιδήποτε άλλο μπορεί να αγγιχτεί φυσικά,
- **ψηφιακά προϊόντα:** λογισμικό, ηλεκτρονικά βιβλία, ψηφιακή μουσική, ψηφιακή εκπαίδευση και κατάρτιση ...
- **dropshipping:** είναι μια ολοένα και πιο δημοφιλής μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου που συνήθως περιλαμβάνει την πώληση φυσικών προϊόντων, για τα οποία όμως δεν έχετε ποτέ απόθεμα ή δεν χρειάζεται να εκτελέσετε την παραγγελία.

Το dropshipping καθώς και το μάρκετινγκ θυγατρικών δυσκολεύει όλο και περισσότερο την επιτυχία λόγω του υψηλού ανταγωνισμού και του κορεσμού της αγοράς. Παραμένει όμως μια δημοφιλής επιλογή επειδή το κόστος εκκίνησης (τόσο σε χρήμα όσο και σε χρόνο) είναι χαμηλό

σε σύγκριση με τις άλλες δύο επιλογές. Επειδή δεν έχετε στην κατοχή σας τις μετοχές, υπάρχουν λιγότεροι κίνδυνοι και κόστη.

Βιβλιογραφία

1. https://articles.bplans.com/how-to-write-a-business-plan/
2. https://articles.bplans.com/reasons-business-plans-are-important/
3. https://entreprenoria.com/category/startups/business-plans/
4. https://www.entrepreneur.com/article/247575
5. https://www.entrepreneur.com/article/38308
6. https://www.entrepreneur.com/article/312935
7. https://www.plandeafacere.ro/cum-sa/cum-sa-finantezi-o-afacere/
8. https://www.plandeafacere.ro/cum-sa/cum-sa-scrii-un-plan-de-afacere/diferentele-dintre-un-model-de-afacere-si-un-plan-de-afacere/
9. https://www.servhost.ro/finantare-afacere/
10. https://www.smartbill.ro/blog/ingerii-investitori/
11. https://www.startupcafe.ro/marketing/sem-search-engine-marketing.htm
12. https://learndigital.withgoogle.com/atelieruldigital/course/digital-marketing/lesson/55#!#%2F
13. https://support.google.com/google-ads/answer/1722122?hl=ro
14. https://support.google.com/google-ads/answer/2404196
15. https://media.rs.ro/filemanagerraport/IdeideAfaceri/Raport_ideideafaceri.pdf
16. https://www.servhost.ro/afacere-online/
17. https://www.servhost.ro/idei-de-afaceri/
18. https://laurahurubaru.com/wp-content/uploads/2019/11/Signature-Quest-Guide-Strategy-Call.pdf
19. https://afaceri.net/idei-afaceri/
20. https://websitesetup.org/online-business-ideas/
21. https://pickandkeep.com/idei-de-bloguri-profitabile/

22. https://www.dananicoledesigns.com/types-of-blogs-that-make-money/
23. https://transferwise.com/ro/blog/idei-de-afaceri-online#4-magazin-online
24. https://transferwise.com/ro/blog/idei-de-afaceri-online#2-cont-pe-platforme-de-freelancing

Images:

25. https://unsplash.com/s
26. https://pixabay.com/