

Studii: Licențiată în Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor, Universitatea Traian Deva/Universitatea de Vest Timișoara; Doctor în Managementul Organizației, Școala Doctorală, Academia de Studii Economice (ASE), București.

Activitate: Conferențiar universitar și conducător de teză de doctorat, Geneva Business School, Spania; expert, vorbitor și convocator invitat de Organizația Națiunilor Unite; mentor pentru programele EURAXESS, mentorat pentru cercetători juniori; membru în comisia de îndrumare a doctoratului și în comisia de susținere a tezei, Academia de Studii Economice din România; mentor academic pentru EURAXESS „Shape the future of a Researcher coming in Europe”.

Publicații: A publicat 29 de cărți, lucrări de specialitate și articole, printre care: Innovation, innovators and businesses, Palgrave McMillian Publishing, 2023; From invisible to spotlight, Amazon Publishing, 2022; Social Commerce in Europe: A Literature Review and Implications for Researchers, Practitioners, and Policymakers (cu Văduva, S.; Nedelcuț, A.C.), în J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res. 2023, 18(3); The impact of economic-related freedoms on the national entrepreneurial activity (cu Dempere, J.M.), în Journal of Innovation and Entrepreneurship, 2022; Particularities of Telework Applicable to the Health System in the Context of the COVID-19 Pandemic (cu Filip, A.; Stancu, A.; Mehedințu, M.; Streinu-Cercel A.), în Int. J. Environ. Res. Public Health, 2022; Păuceanu, A.M.; Rabie, N.; Moustafa, A.; Jiroveanu, D.C. Entrepreneurial Leadership and Sustainable Development – A Systematic Literature Review. Sustainability, 2021.

Precizări legale: Conținutul acestei cărți reflectă opiniile și punctele de vedere personale ale autorului, având doar scop educațional. Nu se intenționează ca metodele și informațiile prezentate aici să fie o soluție definitivă și universală pentru călătoria spre antreprenoriat. Cititorii sunt responsabili de diligența necesară și de modurile în care pun informațiile în practică. Informațiile furnizate în această carte nu constituie consultanță comercială, juridică, fiscală, contabilă sau de marketing.

Afirmațiile expuse în această carte sunt fundamentate pe cunoștințele și pe experiența practică a autorului. Citatele folosite spre întărirea unor declarații respectă drepturile de autor.

Cartea Cum să începi o afacere de la zero este protejată de dreptul de autor în conformitate cu legile privind drepturile de autor, convențiile internaționale și alte legi privind drepturile de autor. Conținutul cărții, cu text, comentarii, mesaje, video, grafică, caracteristici interactive și toate celelalte materiale („Conținut”) sunt furnizate ca atare, doar pentru informarea și utilizarea necomercială. Puteți să descărcați și să faceți o copie (1) a Conținutului și a altor elemente descărcabile numai pentru uz personal, necomercial, cu condiția să păstrați toate drepturile de autor și alte notificări conținute în respectivul Conținut. Copierea sau stocarea oricărui conținut pentru alte scopuri decât cele personale, necomerciale este interzisă în mod expres și conținutul nu poate fi utilizat, copiat, reprodus, distribuit, transmis, difuzat, afișat, vândut, licențiat sau exploatat în alte scopuri, fără permisiunea scrisă prealabilă din partea titularului drepturilor de autor. Deținătoarea dreptului de autor este Alexandrina Maria Păuceanu. Pentru solicitări și informații puteți contacta autoarea direct pe email la amp.businessexpert@gmail.com.

Alexandrina Maria Păuceanu

Cum începi o afacere de la zero



Editura C.H. Beck
București 2023

Cuprins

Introducere	VII
Capitolul I. Începutul călătoriei – momente de reflecție	1
Capitolul II. Cum să găsești oportunități de afaceri	17
Capitolul III. Testarea pieței pentru ideea ta de afaceri	25
Capitolul IV. Planul de afaceri și strategia de vânzări	31
Capitolul V. Noțiuni de management pentru viitorii antreprenori.....	39
Capitolul VI. Sustenabilitate și economie circulară	48
Secțiunea 1. Definirea unei viziuni convingătoare a ceea ce compania vrea să creeze	52
Secțiunea a 2-a. Principiile fundamentale ale economiei circulare	54
Capitolul VII. Finanțare și noțiuni contabile de bază pentru antreprenori	57
Capitolul VIII. Piața și marketingul.....	64
Capitolul IX. Gestionarea reclamațiilor clienților și managementul rețelelor sociale	81
Capitolul X. Gândirea creativă în afaceri.....	89
Capitolul XI. Francizarea sau cum să reduci riscul de eșec al afacerii	92

Capitolul XII. Transformă-ți visul în realitate și începe afacerea	95
Capitolul XIII. Incubatoarele și acceleratoarele de afaceri ca oportunități pentru start-upuri.....	100
Capitolul XIV. Sfaturi generale de afaceri	108
Capitolul XV. Provocările antreprenorului la început de drum.....	111

Introducere

Odată cu achiziționarea acestui produs, primești mai mult decât o carte! Primești GPS-ul tău personal pentru succes în demararea afacerii!

Necunoscutul asociat domeniului afacerilor te sperie mai mult decât îți poți imagina?

Ți-e frică de eșecul în afaceri?

Te-ai gândit vreodată să începi o afacere, dar ai întârziat procesul, pentru că nu ești sigur ce presupune aceasta?

Ai început o afacere, dar ai realizat că nu ai pârghiile necesare pentru a atinge succesul?

Dacă te regăsești în vreuna dintre situațiile expuse mai sus, atunci trebuie să continui să citești această carte. Îți recomand cu tărie să o parcurgi, acordând atenție sporită conținutului și rezolvând toate sarcinile de lucru propuse.

Dar, pentru început, aș vrea să îți spun o scurtă poveste.

Ana, o angajată de 30 de ani, se pregătea pentru o nouă zi de muncă. Dar numai gândul de a merge în acel loc toxic și imaginea șefului ei îngrozitor îi provocau dureri de stomac. Se simțea captivă într-o situație fără ieșire. Și-a turnat cafeaua în cana roșie de călătorie, s-a grăbit să iasă din casă și a condus până la serviciu pe ritmuri de muzică latino. „Cel puțin am parte de câteva momente relaxante, înainte de a începe tortura”, și-a spus ea.

Ana era obosită... foarte, foarte obosită. Se săturase să lucreze pentru șeful ei ignorant și incompetent. Trecea încă o zi în care trebuia să zâmbească, deși simțămintele ei trădau contrariul. Știi la ce mă refer, nu? Cu toții cunoaștem un astfel de șef. Se săturase și nu mult timp a trecut, până când a avut un declic. Acela a fost momentul în care a decis că trebuie să schimbe ceva. Opțiunile erau fie să găsească un nou loc de muncă, fără a avea garanția că situația nu se va repeta, fie să înceapă să lucreze pentru ea însăși.

Capitolul I

Începutul călătoriei – momente de reflecție

Este o idee bună să începi o afacere, ca activitate secundară, în timp ce lucrezi. Odată cu acest demers, apare și sentimentul de a-ți fi propriul șef, dar și libertatea asociată acestuia. Nu trebuie uitată nici libertatea financiară la care un antreprenor visează în fiecare zi. Toate acestea transformă dorința de a deveni antreprenor într-o posibilitate tentantă și atrăgătoare.

Cu toate acestea, este nevoie de mai mult decât de o simplă dorință pentru a deveni un antreprenor de succes. Și pe acest drum există o mulțime de obstacole și de provocări care trebuie depășite pentru a atinge o măsură a succesului. Dar care sunt unele dintre aceste provocări? Și ce poate face un antreprenor pentru a le depăși? Toate acestea, și multe alte aspecte care fac referire la a avea o afacere de succes, vor fi în centrul discuției în această carte. În primul rând, trebuie să știm care sunt criteriile care califică o persoană drept antreprenor.

Există diferite definiții pentru termenul de *antreprenor*. Dar chiar și așa, puținele definiții însumează elementele definitorii pentru ca o persoană să poată fi privită astfel. În primul rând, antreprenorul este o persoană care inițiază o idee de afaceri, o dezvoltă, își asumă riscurile și responsabilitatea fie pentru succesul, fie pentru eșecul afacerii.

În mod obișnuit, conceptul de antreprenor se referă la persoana care, în loc să lucreze pentru alții, decide să înceapă și să conducă o afacere proprie, asumându-și toate riscurile, luând decizii și fiindu-i recunoscut meritul pentru succesul sau insuccesul afacerii sau al companiei.

Potrivit lui **M.J. Gottlieb**, un om de afaceri de succes și autorul cărții **How to Ruin a Business Without Really Trying**¹ (2014),

¹ Cum să falimentezi o afacere fără a te strădui prea mult (*trad. n.*).

un antreprenor este cineva care poate lua orice idee, fie că este vorba despre un produs sau despre un serviciu, și care posedă aptitudinile, voința și curajul de a-și asuma riscuri majore, pentru a face tot ceea ce este necesar pentru a transforma acel concept în realitate și nu doar pentru a-l aduce pe piață; ci să îl transforme într-un produs și/sau într-un serviciu viabil, pe care oamenii și-l doresc sau de care au nevoie¹.

Efortul antreprenorial este o călătorie și nu este una ușoară. Vine cu sușuri și coborâșuri, cu succese mici și/sau mari și cu obstacole, cu necunoscut.

Ești pregătit pentru această experiență?

Este necesar să te întrebi dacă vrei cu adevărat să începi această călătorie și cât de motivat ești să parcurgi acest drum. Dacă răspunsul tău este da, de ce anume ai nevoie pentru a deveni un antreprenor de succes? Ei bine, înainte de a discuta despre asta, trebuie să ne gândim cum să găsim oportunitatea potrivită de afaceri.

Primul și cel mai important lucru este să îți cunoști motivația, dincolo de ideea de a porni o afacere. Acest aspect este esențial, deoarece, uneori, în timpul procesului de dezvoltare al afacerii, s-ar putea să ai nevoie de un memento cu privire la motivul pentru care faci acest lucru. Poți să îți alegi un motiv din lista de mai jos sau poți să îți notezi propriile justificări, la sfârșitul listei:

1. Ideea de a deveni/a fi independent. Lucrezi în ritmul tău, lucrezi pentru tine, lucrezi de oriunde și oricând.

2. Satisfacția personală. Ești singurul responsabil pentru atingerea indicatorilor de performanță (KPI – *key performance indicators*, în engleză) setați. Chiar dacă lucrezi mai multe ore la început, perspectiva rezultatului final ar trebui să te mențină pe drumul cel bun.

3. Libertatea financiară. Câștigi bani pentru a-ți permite stilul de viață și libertatea pe care ți le dorești. Mai simplu spus, să îți cumperi timp liber și să te poți bucura de viață așa cum dorești.

4. Alegerea propriei echipe. Ai flexibilitatea de a-ți alege oamenii cu care vrei să lucrezi (angajați sau liber profesioniști).

¹ Trad.n.

5. Investiția e în tine, în abilitățile și în viitorul tău. Poți alege ce cursuri să urmezi și când, ce abilități să îți dezvolti și să îți selectezi propriii indicatori cheie de performanță (KPI).

6. Clădirea imaginii brandului personal, devenind totodată brandul. Construirea unui brand nu este un lucru ușor. Începe cu tine, antreprenorul, cu valorile și cu motivațiile tale.

Motivul (motivele) meu (mele) pentru a începe propria mea afacere este/sunt:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Identificarea DE CE-ului te va ajuta să te menții pe drumul cel bun, iar aceste motive îți vor reaminti cu brio pretextele invocate și planurile inițiale.

Următorul pas este să îți găsești o idee de afacere care să corespundă următoarelor criterii: să ai cunoștințe profunde despre ea, să îți placă și să poți face bani din ea (să existe cerere pe piață). Pentru a justifica aceste trei criterii, reține că, dacă nu îți place ceea ce faci, activitatea va deveni o povară și te va conduce spre eșec; dacă nu ai cunoștințe ample despre domeniul în care vrei să activezi, ar trebui să le dobândești, înainte de a începe. Poți face asta fie prin participarea la cursuri specializate și făcând practică în domeniu, fie angajându-te timp de 6 până la 12 luni, pentru a câștiga experiență, cunoștințe și perspective specifice nișei.

Instrucțiuni pentru completarea tabelului nr. 1 – găsirea ideii optime de afacere:

Domenii/activități de cunoaștere/experiență aprofundată. Acestea sunt activitățile/domeniile la care te pricepi, despre care ai cunoștințe diverse și/sau experiență vastă. De exemplu, gătitul, testarea aplicațiilor, produse *handmade* (lucrate manual), repararea lucrurilor, vorbitul cu oamenii, construirea de site-uri web etc.

Domenii/activități în care îți place să fii implicat. Acestea sunt activitățile pe care îți place să le faci/să le practici, chiar dacă

bun sfârșit etc. Ori de câte ori o propoziție începe cu „O să văd ce pot face pentru...”, „Încerc să/am încercat să...”, „Voi încerca să...”, pentru mine este evident: se caută un motiv pentru a nu face diverse lucruri. Așadar, o parte importantă a dezvoltării tale personale este să renunți la aceste afirmații și să le înlocuiești cu **sintagme pozitive**: „Fac asta!”, „Implementez strategiile...”, „O fac!”, „Lasă pe seama mea!” etc.

Reține: Găsește motive pentru a FACE lucruri, nu pentru a nu le face. În acest fel, vei adopta mentalitatea unui câștigător.

Acum, dacă te gândești la situațiile în care ai vrut să faci anumite lucruri, dar nu ai reușit să le finalizezi, care a fost motivul? Te-ai confruntat cu o constrângere reală sau cu una inventată?

În ceea ce privește parteneriatele (furnizori, angajați, liber profesioniști, clienți¹ etc.), ar trebui să le iei în considerare și să le gestionezi ca pe situații câștigătoare pentru toate părțile (asta înseamnă că toate părțile implicate au beneficii echitabile din tranzacție). Când crezi o propunere sau o strategie, poți folosi tabelul de mai jos pentru a enumera câștigurile parteneriatului tău. Ori de câte ori vei crea o prezentare sau o strategie de vânzări, va trebui să te concentrezi și pe câștigurile, profiturile și nevoile partenerului² tău.

¹ Termenul *client* este folosit în mod frecvent ca sinonim pentru *consumator*. În unele cazuri, poate fi aceeași persoană (clientul cumpără ceva pentru uz personal, iar în acest caz este și consumatorul), însă în multe alte cazuri situația este diferită (clientul cumpără ceva pentru uzul altcuiva; de exemplu, cumpărarea unui cadou pentru un prieten sau soț/soție; clientul este cumpărătorul, în timp ce consumatorul este persoana care utilizează produsul).

² Nevoile partenerului pot fi diferite, în funcție de relația pe care o aveți. De exemplu, creșterea vânzărilor cu 10% în următoarele 12 luni; siguranța locului de muncă pentru angajați; prețul și calitatea produsului sau a serviciului, astfel încât să fie foarte competitive pentru clienții tăi etc.

Nr.	Câștigurile mele	Câștigurile partenerului	Ce pot oferi în plus/cum pot face oferta mai atrăgătoare?

Figura nr. 2 – Evaluarea parteneriatului în raport cu

Notă: În ceea ce privește câștigurile, acestea pot fi, de exemplu, găsirea unui furnizor pe termen lung și la prețuri competitive, materii prime sau produse de calitate, proiecte comune etc. Pentru furnizor, câștigurile pot reprezenta un client pe termen lung, recomandări sau posibilitatea de a utiliza feedbackul în scopuri de marketing, posibilitatea de cercetare a pieței sau proiecte comune etc.

O **analiză SWOT** este o sinteză a punctelor forte, a punctelor slabe, a oportunităților și a amenințărilor tale (sau ale firmei tale). Scopul principal al unei astfel de analize este acela de a-ți face cunoscuți toți factorii problemei, astfel încât să poți lua decizii în cunoștință de cauză, cu privire la ce să faci în continuare. De asemenea, o analiză SWOT poate fi făcută și înainte de a începe o afacere; va ajuta investitorul să își evalueze plusurile și minusurile și să ia măsuri în privința acestora. De obicei, după o analiză SWOT vine un plan de acțiune concentrat pe transformarea punctelor slabe în puncte forte, pe modalități de a fructifica oportunitățile identificate și pe modalități de a gestiona pericolele descoperite. O analiză SWOT personală este recomandată în fiecare an, în timp ce în domeniul afacerilor se pretează de fiecare dată când urmează luarea unei decizii importante, în principal legată de creștere, extindere, produse noi etc.

Ca antreprenor, ar trebui să-ți evaluezi competențele în fiecare an și să lucrezi continuu la a deveni o versiune mai bună a ta.