

PLAN DE AFACERI

Proiect “Start-Up Plus - afaceri de succes in Regiunea
Sud-Muntenia”

COD PROIECT - 106932

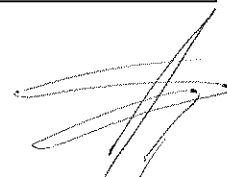
•

Nume și Prenume Cursant - ALBISORU BIANCA NICOLE
MICHELLE

- 2018 -

• DATE GENERALE DE IDENTIFICARE

1. Numele firmei:	<i>SWEET MOMENTS BNM SRL</i>
-------------------	------------------------------



2. Activitatea principală a societății și codul CAEN al activității principale (CAEN rev. 2):	4724 Comert cu amanuntul al painii, produselor de patiserie si produselor zaharoase, in magazine	
3. Asociat majoritar:	ALBISORU BIANCA NICOLE MICHELLE	
4. Reprezentant legal:	ALBISORU BIANCA NICOLE MICHELLE	
5. Adresa:	ROSIORI DE VEDE	
6. Telefon:	0731 225 874	
7. E-mail:	office@sweet_moments_bnm.ro	
WEB	www.sweet_moments_bnm.ro	
8. Asociați sau acționari:		
Numele și prenumele	Domiciliu	Ponderea în capital social
ALBISORU BIANCA NICOLE	ROSIORI DE VEDE	100%

*** Se anexează documentele de identitate ale beneficiarului și acționarilor.

• **DESCRIEREA AFACERII ȘI A STRATEGIEI DE IMPLEMENTARE A PLANULUI DE AFACERI**

2.1 - Descrierea ideii de afaceri:

(Vă rugăm să realizați o scurtă descriere a ideii de afacere. Cum a apărut ideea dumneavoastră afacere? De la ce a pornit ideea de afacere, dacă există un studiu relevant pe baza căruia s-a inițiat acest tip de afacere, etc. Descrieți modalitatea în care afacerea dumneavoastră va

funcționa: procese, metode de producție sau prestare a serviciilor, echipamente, furnizori, termene și modalități de plată, stocuri de mărfuri, autorizații, licențe, brevete, spații necesare.)

SWEET MOMENTS BNM SRL este un magazin online unde fiecare cumparator isi poate crea propriul tort de jeleuri sau aranjamentul dorit, selectand din lista de produse disponibile pe site (jeleuri - diverse sortimente, bomboane gumate, suporturi, ornamente, panglici, ambalaje, etc.) si de asemenea, isi poate configura propriul Candy Bar pentru momentele importante din viata sa.

SWEET MOMENTS BNM SRL isi propune sa-si desfasoare activitatea in scopul devenirii uneia dintre cele mai importante societati care activeaza in domeniul organizarii de Candy Bar speciale, si isi propune de asemenea cat mai curand posibil, si in domeniul divertismentului, animatiei si alte evenimente sociale - in tara, dar si in perspectiva extinderii pe plan international, cu o oferta adresata atat persoanelor fizice, cat si persoanelor juridice.

De asemenea, SWEET MOMENTS BNM SRL va colabora cu diversi furnizori de servicii pentru evenimente, pentru a putea pune la dispozitia clientilor sai, un pachet cat mai complet.

Dincolo de mediul online magazinul se plaseaza in orasul Rosiori de Vede, unde isi are sediul social si unde isi desfasoara in principal activitatea, inclusiv partea de logistica si administrativa: procesare comenzi, aprovizionare, livrare, facturare, etc.

Totodata, platforma online ofera posibilitatea de a previzualiza online aranjamentele create, se pot salva in lista de creatii favorite, sau se pot trimite/distribui pe facebook sau prin intermediul canalelor de comunicare online.

Prin intermediul www.sweet_moments_bnm.ro va fi foarte simplu si usor pentru clienti sai, sa comande online, aranjamentul dorit/candy bar-ul personalizat, iar acesta va fi livrat in locul indicat de client in termenul agreeat.

Ideea de afacere SWEET MOMENTS BNM SRL a aparut din placerea de a oferi cumparatorilor momente dulci si de neuitat, aranjamente speciale pentru zile speciale; avand posibilitatea configurarii acestora dupa bunul plac.

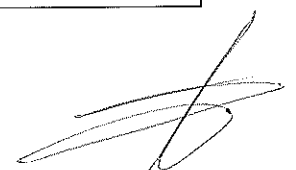
SWEET MOMENTS BNM SRL este o companie flexibila, care se pliaza la nevoile clientilor si ofera servicii de calitate la un pret accesibil.

Principalele linii de produse oferite de SWEET MOMENTS BNM SRL sunt:

- Jeleuri, bomboane gumate, o gama ampla de produse zaharose -individual;
- Torturi de jeleuri;
- Aranjamente pentru zile speciale;
- Candy bar;
- Accesorii;

Principalele servicii oferite de SWEET MOMENTS BNM SRL sunt:

- Vanzarea directa de dulciuri, bomboane gumate, jeleuri si aranjamente speciale;
- Livrari la domiciliu sau la adresele indicate de clienti;
- Servicii personalizate de realizare aranjamente la comanda;
- Candy Bar
- Servicii online - - configurare produs, comenzi, plati, s.a.



Clientii vizati de SWEET MOMENTS BNM SRL vor fi atat persoane fizice cat si persoane juridice (corporate). Este dificil sa realizam un profil al clientului intrucat mizam pe faptul ca multa lumea va cumpara astfel de produse. Totusi SWEET MOMENTS BNM SRL mizeaza pe un segment de clienti ce cauta produse diferite sau unice.

Totodata prin intermediul platformei online se doreste eficientizarea proceselor, in special in ceea ce priveste partea logistica - canalul aprovizionare livrare. In acest scop platforma ofera posibilitatea urmaririi online a stocurilor si a comenzilor clientilor, ceea ce vine in sprijinul clientilor prin faptul ca acestia isi pot urmari online statusul comenzii, termenele de procesare si livrare si alte detalii cu privire la comanda plasara, iar pentru SWEET MOMENTS BNM SRL aceasta facilitate reprezinta un mare avantaj, avand acces permanent la informatii esentiale cu privire la necesarul de matarii prime pentru a asigura comenzile si necesarul de produse pentru clienti.

In ceea ce priveste livrarea produselor, clientii au si posibilitatea ridicarii comenzilor / produselor, personal, direct din magazin, la data si ora stabilita de comun acord cu clientul. In momentul plasarii comenzii, clientii pot opta pentru optiunea dorita, sa fie livrate la o adresa indicata de acestia sau pot fi preluate direct de la sediul firmei (magazin).

In ceea ce priveste plata produselor/comenzilor, platforma online ofera mai multe posibilitati de plata in functie de nevoile clientilor:

- pt. persoane fizice - plata cu cardul sau ramburs/cash la livrare;
- pt. persoane juridice - plata cu cardul, plata prin OP sau ramburs/cash la livrare;

Din dorinta de a oferi produse de calitate clientilor finali, SWEET MOMENTS BNM SRL, lucreaza cu furnizori certificati si realizeaza permanent verificarea si evaluarea acestora, astfel incat sa previna eventuale lipsuri in ceea ce priveste calitatea materiei prime (jeleuri, prajituri, s.a.); si isi va alege cu grija personalul, care periodic va fi instruit in vederea insusirii de noi tehnici si pentru a raspunde exigentelor pietei.

maxim 4000 caractere

2.2 - Viziune - Misiune - Valori

(Vă rugăm să prezentați succint care este viziunea, misiunea firmei pe care doriți să o înființați și valorile companiei.

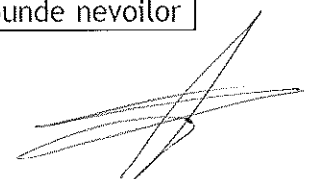
- Care este viziunea dumneavoastra asupra afacerii?
- Ce misiune are firma pe care doriți să o înființați?
- Care sunt valorile pe care le susține/promovează afacerea dumneavoastră?)

Viziune

Viziunea SWEET MOMENTS BNM SRL este de a introduce pe piata din Romania o gama de dulciuri unicate pentru aniversari si evenimente importante de viata, contribuind astfel la infrumusetarea momentelor importante din viata clientilor nostri, prin produse si servicii unice.

Misiune

Misiunea SWEET MOMENTS BNM SRL este de a oferi permanent clientilor cele mai inovative forme si gusturi ale produselor pentru aniversari si evenimente deosebite (nunti, botezuri), precum si servicii de calitate conexe acestora, imbunatatirea si diversificarea permanenta a serviciilor si produselor proprii pentru a corespunde nevoilor



in continua schimbare ale clientilor.

Valori

Principalele valori ale companiei vizeaza:

- **Calitate** - SWEET MOMENTS BNM SRL lucreaza cu furnizori certificati, din tara si din strainatate, si personal calificat pentru a le oferi clientilor finali produse de calitate. Totodata compania investeste permanent in imbunatatirea proceselor si produselor oferite clientilor.
- **Pasiune** - SWEET MOMENTS BNM SRL s-a nascut din pasiune pentru momentele frumoase petrecute alaturi de cei dragi, alaturi de cel mai impresionant tort sau de cea mai gustoasa prajitura, ceea ce transmitem si clientilor nostrii prin intermediul echipei noastre de oameni pasionati si dedicati in domeniu.
- **Simplitate** - SWEET MOMENTS BNM SRL mizeaza pe simplificarea procesului de selectare a produselor, de creare a "tortului perfect" si de achizitie a acestuia prin asigurarea serviciilor conexe pentru clienti prin intermediul facilitatilor online oferite de platforma online www.sweet_moments_bnm.ro.
- **Flexibilitate** - pentru SWEET MOMENTS BNM SRL flexibilitatea fata de clienti este o valoare importanta pe care doreste sa o imbunatateasca permanent prin serviciile pe care le ofera clientilor sai. De aceea, le permitem crearea combinatiei perfecte pentru tortul sau candy bar-ul preferat, achizitia online, livrarea la momentul oportun si plata facila prin diverse metode.
-
- **Creativitatea** - SWEET MOMENTS BNM SRL ofera posibilitatea de a pune in valoare creativitatea clientilor sub indumarea echipei SWEET MOMENTS BNM SRL si nu numai. Mizam pe creativitatea clientilor si sprijinim dezvoltarea spiritului creativ in randul oamenilor.

maxim 3000 caractere

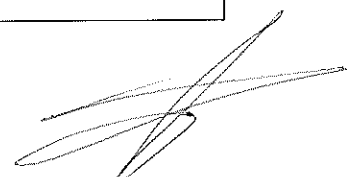
2.3 - Obiective

2.3.1 - Obiective pe termen scurt(*mai puțin de 1 an*)

- OS 1 - Crearea a minim 2 locuri de munca si ocuparea acestora cu personal calificat;
- OS 2 - Realizarea platformei online si operationalizarea acesteia;
- OS 3 - Atragerea a minim 1000 de clienti individuali in primul an;(intre magazinul fizic si cel online)
- OS 4 - Realizarea unei cifre de afaceri de minim 12.000 euro in primele 11 luni de activitate;

2.3.2 - Obiective pe termen mediu(*între 1-5 ani*)

- OS 1 - Cresterea notorietatii pe piata;
- OS 2 - Cresterea vanzarilor cu minim 25%, fata de anul precedent;
- OS 3 - Fidelizarea clientilor actuali si cresterea anual cu minim 20% a numarului de clienti;
- OS 4 - Cresterea cifrei de afaceri anual cu 30% fata de anul precedent;



- OS 5 - Extinderea echipei cu minim 2 persoane pana in anul 2021;
- OS 6 - Extinderea livrarilor la nivelul judetelor invecinate;
- OS 7 - De a fi optiunea numarul 1 a clientilor in ceea ce priveste livrarea de astfel de produse si servicii la nivelul judetului Teleorman si nu numai;

2.3.3 - Obiective pe termen lung(peste 5 ani)

- OS 1 - Extinderea lantului de magazine proprii la nivel national;
- OS 2 - Extinderea lantului de magazine la nivel national sub forma de franciza;
- OS 3 - De a fi optiunea numarul 1 a clientilor in ceea ce priveste livrarea de astfel de servicii si produse online la nivelul judetean si national;
- OS 4 - Fidelizarea clientilor actuali si cresterea anual cu minim 30% a numarului de clienti pe segmenul persoane fizice;
- OS 5 - Cresterea cifrei de afaceri anual cu 30% fata de anul de referinta (2020);
- OS 6 - Cresterea vanzarilor cu minim 25% anual, fata de anul de referinta (2020);
- OS 7 - Dublarea numarului de clienti corporate - persoane juridice;
- OS 8 - Diversificarea activitatii, si astfel satisfacerea cresterii cererii inregistrate in cadrul pietei de consum, cat mai multe servicii in cadrul unui eveniment.

2.4 - Activități

(Vă rugăm să prezentați principalele activități propuse în vederea implementării planului de afaceri. Menționați duratele estimate pentru implementarea acestora și o scurtă metodologie de implementare a acestor activități.)

ATENȚIE! Durata maximă de implementare a activităților finanțate este de 12 luni.

Activitatea 1	Operationalizarea firmei (companiei)
Durata - L1-L4	<p>Operationalizarea firmei include mai multe activitati ce vor fi desfasurate in primele luni de implementare a planului de afaceri, dupa cum urmeaza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificarea spatiului unde va fi desfasurata activitatea; inchirierea spatiului si preluarea contractelor de utilitati, etc. • Realizarea dotarilor necesare pentru desfasurarea activitatii; • Angajarea personalului calificat - 2 persoane - Specialist Marketing si Vanzator si instruirea acestora. • Identificarea furnizorilor si initierea achizitiilor de materii prime, materiale si echipamente necesare pentru realizarea si epunerea produselor; <p>Activitatea contribuie la indeplinirea OS 1 pe termen scurt.</p> <p style="text-align: right;">maxim 750 caractere</p>
Activitatea 2	Realizarea platformei online
Durata - L1-L4	Identificarea furnizorului de solutii IT pentru realizarea platformei online si realizarea achizitiei pentru crearea ei;

	<p>Platforma online va fi realizata in 3 etape:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizarea platformei online; • Testarea platformei online; • Imbunatatirea platformei si publicarea versiunii finale; <p>O alta etapa importanta in cadrul acestei activitati este popularea platformei cu informatii esentiale pentru demararea activitatii online. Aceasta actiune va deveni continua intrucat este necesara actualizarea permanenta a platformei cu informatii noi.</p> <p>Platforma va permite diverse operatiuni: selectarea componentelor dorite, adaugarea la favorite, achizitionarea si plata. De aceea, va fi securizata, respectand regulile in vigoare privind confidentialitatea datelor. Totodata, pe platforma va fi postat si un catalog de produse din care clientii pot alege.</p> <p>Activitatea contribuie la indeplinirea OS 2 pe termen scurt, OS 1 pe termen mediu si OS 2 pe termen lung.</p> <p style="text-align: right;">maxim 750 caractere</p>
Activitatea 3	<i>Elaborarea strategiei de marketing si implementarea acesteia</i>
<i>Durata - L3-L12</i>	<p>Activitatea se va implementa in 2 etape:</p> <p>Etapa I - Elaborarea strategiei de marketing;</p> <p>Etapa II - Implementarea actiunilor propuse in strategie pentru primul an de activitate;</p> <p>In etapa de elaborare a strategiei de marketing se va tine cont de obiectivele propuse pe termen scurt, mediu si lung si de rezultatele de urmeaza a fi obtinute. Astfel vor fi propuse in strategie actiuni pe termen scurt, mediu si lung, inclusiv termenele de realizare a acestora.</p> <p>In etapa de implementare vor fi incluse in mod obligatoriu tehnici de promovare utilizand mijloacele de comunicare online, precum:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campanii de publicitate Google Adwords (in retelele de search si display); • Bannere online pe diverse site-uri; • Advertoriale si articole de promovare a produselor si educare a pietei; • Pagina de Facebook; • Canal de Youtube; • Etc. <p>Alte actiuni, materiale si instrumente de comunicare si promovare ce pot fi incluse in strategia de marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • comunicarea prin eveniment - participarea la evenimente de networking si/sau organizarea de evenimente; • participarea la targuri si expozitii de profil; • distributia de materiale in format fizic: flyere, brosur, etc. <p>Activitatea contribuie la indeplinirea OS 3 si OS 4 pe termen scurt, OS 2-7 pe termen mediu si OS 1-6 pe termen lung.</p>



	maxim 750 caractere
Activitatea 4	<i>Realizarea produselor, comercializarea acestora si furnizarea serviciilor conexe clientilor finali</i>
<i>Durata - L3-L12</i>	<p>Aceasta activitate va deveni activitatea de baza in companie, fiind activitatea prin care sunt realizate efectiv produsele companiei si livrate catre clientii finali.</p> <p>Activitatea include mai multe subactivitati precum:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preluarea si procesarea comenzilor; • Realizarea produselor la comanda clientilor; • Realizarea unor produse de prezentare ce vor fi utilizate in scopuri de marketing; • Livrarea produselor catre clientul final - livrarea directa sau prin intermediari, in functie de canalul de distributie ales de client; • Preluarea si solutionarea plangerilor (daca este cazul); • Follow up si obtinerea de feedback de la clienti; • Imbunatatirea proceselor din cadrul firmei. <p>Activitatea contribuie la indeplinirea OS 4 pe termen scurt, OS 2-4 pe termen mediu si OS 4-6 pe termen lung.</p> <p style="text-align: right;">maxim 750 caractere</p>

Dezvoltare pe termen mediu (1-5 ani) și lung (peste 5 ani)

(Precizați care sunt posibilitățile de dezvoltare pe termen lung în cadrul afacerii dumneavoastră. Care dintre activități principale vor genera profitul firmei și care sunt vectorii principali pentru dezvoltare pe termen lung?)

Dezvoltarea pe termen lung in cadrul SWEET MOMENTS BNM SRL vizeaza atingerea obiectivelor propuse pe termen mediu si lung. In acest sens, inclusiv in realizarea activitatilor propuse in planul de afaceri pentru primul an de activitate au fost luate in calcul aceste obiective si modalitatile prin care acestea se pot atinge, intr-o viziune integrata pe termen lung.

Astfel au fost propuse in planul de afaceri activitati care vor conduce la generarea profitului inca din primul an de activitate si activitati care au impact pe termen lung asupra afacerii precum strategia de marketing, care a fost gandita inca de la inceput pe termen lung.

Principala activitate generatoare de profit este realizarea si vanzarea de produse pentru evenimente, aniversari, nunti, botezuri, etc.

Totodata mizam pe o echipa de angajati cu experienta si pregatire in domeniu, pasionati de frumos si de evenimente care vor contribui in mod semnificativ la realizarea unor produse de calitate si furnizarea serviciilor conexe la standardele propuse, astfel incat clientii sa observe diferenta intre produsele noastre si ale concurentei si sa aleaga in continuare din oferta de produse SWEET MOMENTS BNM SRL. Locurile de munca nou create in cadrul implementarii planului de afaceri vor fi mentinute pana in 2021, societatea avand in plan sa se extinda si sa isi creasca efectivul cat mai rapid.

Principalele directii / vectori de dezvoltare pe termen lung vizeaza:

- Extinderea lantului de magazine proprii la nivel national;
- Extinderea lantului de magazine la nivel national sub forma de franciza;
- Cresterea notorietatii afacerii cu accent pe mediul online astfel incat www.sweet_moments_bnm.ro sa devina optiunea numarul 1 a clientilor in ceea ce priveste livrarea de aranjamente dulci online si Candy Bar;
- Cresterea intensiva pe segmentul de clienti corporate - persoane juridice;
- Cresterea vanzarilor si a cifrei de afaceri anual;
- Introducerea treptata a mai multor servicii.

In acest context, pentru indeplinirea obiectivelor propuse pe termen mediu si lung, Transa II de bani va fi directionata catre actiuni de promovare, marketing, comunicare (online si offline), promovare intensiva pentru cresterea segmentului de clienti corporate, etc.

De asemenea, profitul obtinut in primul an de activitate va fi reinvestit in promovare, campanii de comunicare, marketing, si alte tehnicii de gherila care sa ne asigure cresterea dorita pe termen mediu si lung.

Intrucat provocarea pe care o reprezinta elaborarea unui plan de afaceri ne-a prins, intentionam, de asemenea, sa accesam si alte fonduri nerambursabile, in special pentru promovare prin targuri si expozitii si pentru dotari, prin programele nationale de dezvoltare a activitatilor de comercializare a produselor si serviciilor de piata, respectiv programul national pentru sustinerea meșteșugurilor și artizanatului.

maxim 3000 caractere

2.5 - Rezultate estimate / Indicatori

(Vă rugăm să prezentați din punct de vedere calitativ și cantitativ principalele rezultate estimate a fi obținute în urma implementării activităților propuse în planul de afaceri. Rezultatele trebuie corelate cu activitățile propuse în secțiunea 2.4.)

Rezultat 1	<p><i>O companie functionala care include:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Un sediu social pentru desfasurarea activitatii dotat corespunzator;</i> • <i>O echipa de angajari formata din 2persoane in primul an, in crestere in fiecare an de activitate viitor - 2 locuri de munca nou create;</i> • <i>Achizitionarea de materii prime, materiale, materiale consumabile si alte scule si echipamente necesare pentru realizarea activitatii;</i> <p><i>Rezultat aferent Activitatii 1 din planul de afaceri.</i></p>
Rezultat 2	<p><i>O platforma online functionala si populata cu informatii esentiale pentru realizarea activitatii online a companiei.</i></p> <p><i>Rezultat aferent Activitatii 2 din planul de afaceri.</i></p>
Rezultat 3	<p><i>O strategie de marketing validata de conducerea firmei.</i></p> <p><i>Rezultat aferent Activitatii 3 din planul de afaceri.</i></p>



Rezultat 4	Minim 1000 de clienti individuali in primul an de activitate. <i>Rezultat aferent Activitatii 3 din planul de afaceri.</i>
Rezultat 5	Minim 12.500 Euro cifra de afaceri in primele 11 luni de activitate <i>Rezultat aferent Activitatii 4 din planul de afaceri.</i>

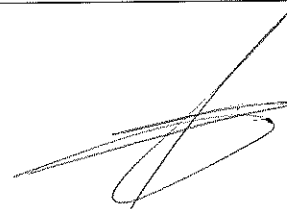
!!! Nu se puncteaza numărul rezultatelor estimate.

2.6 - Riscuri

(Vă rugăm să precizați care sunt principalele riscuri asociate cu implementarea planului de afaceri/derularea afacerii și măsuri concrete de atenuare a riscurilor. Menționați gradul de impact asupra afacerii / produselor / serviciilor propuse și probabilitatea de apariție.)

Nr. Crt.	Risc Identificat	Măsuri / Modalități de atenuare a riscurilor
•	Fluctuatia de personal si dificultatea identificarii de personal calificat Impact - semnificativ Probabilitate de aparitie - medie	<i>Pentru a atenua si diminua fluctuatia de personal au fost prevazute in planul de afaceri la politica de motivare a angajatilor masuri de prevenire a risului de renuntare pentru angajatii companiei precum: bonusuri financiare si nonfinanciare; facilitati in ceea ce priveste timpul liber, program flexibil. Totodata intentionam sa dezvoltam in companie un mediu de lucru placut si motivant prin selectarea unor persoane calificate, cu experienta in domeniu, cu abilitati de lucru in echipa si pasionati de frumos. Pe parcurs, vom include in cadrul companiei posibilitatea de calificare la locul de munca pentru persoanele fara experienta dornice sa se specializeze in domeniu si care vor dori sa ramana in companie.</i>
•	Legislatia in domeniul confidentialitatii datelor Impact: mare Probabilitate de aparitie: mica	<i>Din 25 mai 2018 este in vigoare GDPR, care, in cazul in care nu este asigurata confidentialitatea si siguranta datelor consumatorilor, poate impacta foarte serios activitatea si bugetul companiei. Pentru a ne asigura ca nu vom avea probleme, platforma care gazduieste magazinul online va fi securizata si nu vom cere clientilor decat datele esentiale, care vor fi folosite doar in scopul realizarii tranzactiei si care vor fi arhivate sau sters la cerere. Siguranta datelor de plata se va baza pe sisteme deja cunoscute in piata, de tipul PayU.</i>

!!! Nu se punctează numărul riscurilor identificate.



2.7 - Teme secundare și CDI

(Vă rugăm să descrieți modul în care implementarea planului de afaceri contribuie la îndeplinirea temelor secundare POCU 2014-2020 și atingerea principiilor de cercetare, dezvoltare tehnologică și/sau inovare din România.)

2.7.1 - Dezvoltare Durabilă

(Vă rugăm să descrieți modul în care implementarea planului de afaceri contribuie la promovarea principiilor dezvoltării durabile, prin dezvoltarea unor produse, tehnologii sau servicii care contribuie la aplicarea principiilor dezvoltării durabile.)

Principiile dezvoltării durabile sunt avute în vedere în permanenta de SWEET MOMENTS BNM SRL. Astfel în implementarea planului de afaceri vor fi implementate următoarele măsuri de dezvoltare durabilă:

- Achiziția de materiale, materii prime și consumabile prietenoase cu mediu, biodegradabile, etc.
- Reciclarea selectivă a deșeurilor rezultate în urma activității desfășurate de companie.
- Reutilizarea materialelor rezultate în urma producției primare a produselor SWEET MOMENTS BNM SRL pentru realizarea de accesorii, materiale suport și alte produse ce vor fi utilizate, fie intern, fie extern (reconditionate și livrate către clienți).
- Instruirea angajaților cu privire la măsurile de pot fi adoptate în cadrul companiei, cu privire la protecția mediului înconjurător și aplicarea principiilor dezvoltării durabile în mod constant în activitatea pe care o desfășoară fiecare în parte.

Totodată, pe toată durata implementării planului de afaceri, cât și ulterior în desfășurarea activității, compania SWEET MOMENTS BNM SRL, principiul poluatorului plătește prin îndeplinirea tuturor diligențelor pentru a preveni poluarea în oricare formă a ei, dar și prin asigurarea respectării prevederilor Directivelor Parlamentului și Consiliului European 2002/96/CE privind deșeurile de echipamente electrice și electronice, transpusă în HG 448/2005 privind deșeurile de echipamente electrice și electronice, acestea fiind printre puținele surse poluatoare în cadrul companiei.

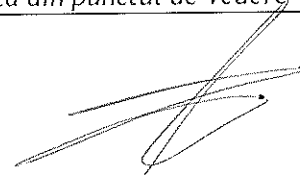
Instituirea acestui principiu asigură reflectarea în prețul produselor a costurilor de producție, incluzând costurile asociate poluării, degradării resurselor și prejudiciilor mediului.

Astfel în desfășurarea activității, compania SWEET MOMENTS BNM SRL, va achiziționa cu prioritate produsele reciclabile, respectiv reciclate, ce vor fi utilizate cu respectarea recomandărilor privind eficiența energetică.

maxim 1500 caractere

2.7.2 - Tranziția către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficiență din punctul de vedere al utilizării resurselor

(Vă rugăm să descrieți modul în care implementarea planului de afaceri contribuie la promovarea tranziției către o economie cu emisii scăzute de dioxid de carbon și eficiență din punctul de vedere



al utilizării resurselor.

Principiul utilizării eficiente a resurselor este un principiu de baza aplicat în cadrul companiei SC SWEET MOMENTS BNM SRL. Acest principiu va fi aplicat, atât pe durata implementării planului de afaceri, cât și în desfășurarea activității uzuale a companiei.

Principalele acțiuni care vor fi avute în vedere sunt:

- fructificarea oportunităților de economisire a resurselor oricând este posibil, prin achiziționarea de produse la un cost rezonabil pe termen lung și economisirea de resurse, prin utilizarea documentelor în format electronic și diminuarea imprimării de documente inutile;
- reciclarea materialelor și reutilizarea elementelor din componenta produselor (precum telefoanele mobile, echipamentele IT, resturi de carton și alte materiale). În cadrul SWEET MOMENTS BNM SRL va exista o procedură internă de reciclare selectivă a deșeurilor, făcând posibilă reutilizarea materialelor și redarea acestora în circuit;
- înlocuirea resurselor principale cu unele alternative care oferă o eficiență mai mare și care au un impact mai mic asupra mediului pe durata ciclului lor de viață, prin consumul redus de papetărie și promovarea utilizării mijloacelor online de comunicare, fiind mijloace nepoluante și mult mai ieftine pe termen lung.

Astfel în cadrul procedurilor de achiziție derulate în companie se va respecta principiul utilizării eficiente a resurselor în întocmirea caietelor de sarcini pentru achiziții, în evaluarea ofertelor, etc. Se vor achiziționa produse și dotări (mijloace fixe, echipamente tehnologice) care au un consum redus de energie și nu au un impact negativ asupra naturii și mediului înconjurător și pe cât posibil se va apela la achiziții ecologice.

maxim 1500 caractere

2.7.3 - Inovare Socială

(Vă rugăm să descrieți modul în care implementarea planului de afaceri contribuie la promovarea principiilor inovării sociale.)

SWEET MOMENTS BNM SRL, inclusiv prin intermediul platformei online www.sweet_moments_bnm.ro, promovează activități inovative, tehnologii curate prin excelență și servicii nepoluante, fără efecte nocive asupra mediului, iar toate echipamentele achiziționate prin proiect vor respecta condițiile specifice în privința protecției mediului, conform legislației în vigoare.

Principalele aspecte ce vor fi aplicate în cadrul companiei în ceea ce privește inovarea socială sunt:

- activități și inițiative care vizează promovarea egalității de șanse și nondiscriminarea, precum încurajarea persoanelor de sex feminin sau a persoanelor dezavantajate să vină în echipa SWEET MOMENTS BNM SRL, prin aplicarea unor metode inovatoare de combatere a discriminării bazate pe educare, instruire la locul de muncă și lucru în echipă;
- crearea și consolidarea de parteneriate cu entități complementare pentru a dezvolta un mediu de business complex, inclusiv prin dezvoltarea în sistem franchiză a companiei și încheierea de parteneriate cu colaboratori interni și internaționali pentru a asigura livrarea și logistica produselor proprii;
- integrarea companiei în rețele de networking la nivel național și internațional, precum afilierea la patronate, asociații internaționale și/sau sindicate;



- valorificarea oportunităților locale în desfășurarea activității proprii, prin achiziția de materii prime, materiale și alte bunuri și servicii necesare desfășurării activității firmei direct de la producătorii locali;
- implicarea în activități sociale, educative și culturale organizate în comunitatea unde își desfășoară activitatea compania.

Acestea sunt doar câteva aspecte ce urmează să fie implementate în cadrul companiei SWEET MOMENTS BNM SRL. Pe parcurs pot fi identificate și alte aspecte ce vor fi implementate în măsura în care acestea sunt aplicabile în afacerea noastră.

maxim 1500 caractere

2.7.4 - Utilizarea și calitatea TIC

(Vă rugăm să descrieți modul în care implementarea planului de afaceri contribuie la utilizarea și calitatea TIC, prin implementarea unor soluții TIC în procesul de producție / furnizare de bunuri, prestare de servicii și/sau execuție de lucrări.)

Utilizarea și calitatea TIC în cadrul companiei SWEET MOMENTS BNM SRL sunt concepte esențiale în desfășurarea și dezvoltarea activității, întrucât acestea contribuie în mod semnificativ la realizarea activităților uzuale în cadrul companiei.

Astfel principala resursă informatică pe care o va utiliza SWEET MOMENTS BNM SRL în realizarea activității obișnuite este platforma online www.sweet_moments_bnm.ro, care va conține cele mai noi soluții IT în ceea ce privește:

- Prezentarea produselor online - previzualizare produse / aranjament online și configurarea acestora.
- Plasare comenzilor și plata online cu cardul rapid și simplu;
- Livrarea comenzilor, urmărirea comenzilor și stocurilor online (în timp real, de oriunde, printr-o simplă conexiune la internet) - ca urmare a soluțiilor TIC integrate direct în platforma online;
- Consilierea clientului, prin intermediul unui asistent virtual online care acordă sfaturi utile clienților nehotărâți și îi asistă în selecția produselor și serviciilor dorite.

Totodată compania SWEET MOMENTS BNM SRL va opta pentru achiziția de laptopuri și echipamente IT de nouă generație pentru ca platforma și alte programe necesare în desfășurarea activității să poată fi rulate cu ușurință de echipa proprie și de clienți.

maxim 1500 caractere

2.7.5 - Cercetare, dezvoltare tehnologică și/sau inovare

(Vă rugăm să descrieți modul în care implementarea planului de afaceri contribuie la promovarea principiilor de cercetare, dezvoltare tehnologică și/sau inovare, prin derularea de activități specifice.)

În ceea ce privește cercetarea, dezvoltarea și inovarea, SWEET MOMENTS BNM SRL își propune să mențină un ritm constant de dezvoltare și să inoveze constant produsele și serviciile livrate către clienții finali.

Pentru a îndeplini acest obiectiv, SWEET MOMENTS BNM SRL va investi constant, încă din primul an de implementare a planului de afaceri în cercetare de marketing, empirică și/sau de specialitate (acolo unde este cazul), pentru a putea să își îmbunătățească în mod constant produsele și serviciile.

Totodata pentru a incuraja spiritul inovativ in companie, angajatii vor fi incurajati sa isi exprime ideile proprii, iar in urma unei analize interne sau externe (in functie de necesitati) se va propune experimentarea si testarea acestora.

Analizele si cercetarile vor fi realizate fie in house, fie cu resurse externe, in functie de necesitate.

Un alt mod de cercetare si inovare ce va fi aplicat in cadrul companiei este culegerea si analiza feedback-ului de la clienti. Acesta va fi utilizat in mod special in procesul de imbunatatire a proceselor din cadrul companiei, produselor proprii si serviciilor livrate catre clientii finali si adaptarea companiei la un mediu aflat in permanenta schimbare si din ce in ce mai competitiv.

maxim 1500 caractere

• ANALIZA SWOT A AFACERII

(Vă rugăm să prezentați principalele puncte forte, puncte slabe, oportunități și amenințări identificate pentru afacerea dumneavoastră.)

3.1. Punctele forte asociate afacerii

- Produse personalizate, configurate in functie de nevoile clientilor;
- Flexibilitate fata de client;
- Standarde inalte de calitate pornind de la materii prime de calitate;
- Disponibilitate online - 24 ore / 24 ore si 7 zile / 7 zile;
- Echipa de oameni profesioniști si pasionati in domeniu;
- Finantarea asigurata pentru primul an de activitate;

3.2. Punctele slabe asociate afacerii

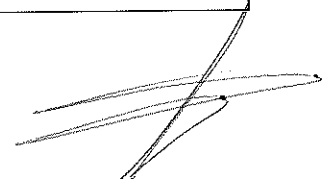
- Timpul necesar realizarii produsului, care se reflecta in timpul de livrare a comenzilor;
- Dificultati in identificarea unor furnizori care vand materii prime de calitate;
- Capacitatea de lucru scazuta la inceput - 2 angajati;
- Notorietae scazuta pe piata la inceput;

3.3. Oportunitățile identificate

- Posibilitatea de replicare facila a afacerii, in alte orase din tara si nu numai;
- Potentialul de dezvoltare al afacerii, produselor si serviciilor, atat pe orizontal, cat si pe vertical;
- Piata comertului cu astfel de produse online in continua crestere si diversificare;
- Interesul crescut al potentialilor consumatori privind produsele unicat

3.4. Amenințările identificate

- Dificultati in mentinerea standardelor inalte de calitate;



- Creșterea concurenței în online și la nivel local;
- Dificultăți în a atrage clienții de la concurenți;

• SCHEMA ORGANIZATORICĂ ȘI POLITICA DE RESURSE UMANE

A. SCHEMA ORGANIZATORICĂ

4.1 - Locuri de muncă create în perioada de implementare a planului de afaceri prezentat (minimum 2 locuri de muncă):

În cadrul companiei SWEET MOMENTS BNM SRL vor fi create în prima etapă 2 locuri de muncă:

- Specialist în vânzări, marketing și relații publice - COD COR 243 - 6 h/zi - program L-V - program flexibil, în intervalul orar 8-20, angajat în baza unui contract individual de muncă;
- Vânzător - COD COR 522101 - 8 h/zi - program flexibil L-D - 8-20, angajat în baza unui contract individual de muncă;

Pe lângă aceste 2 locuri de muncă create în cadrul firmei va exista și poziția de administrator, care va fi ocupată de acționarul majoritar din companie. Acesta va activa în baza actului constitutiv al companiei și nu necesită încheierea unui contract individual de muncă.

4.2 - Locuri de muncă create pentru persoane din grupuri vulnerabile în conformitate cu prevederile HG 799/2014:

--

4.3 - Structura de personal

Denumire post	Atribuții / Responsabilitățile postului	Condiții de acces	Experiența solicitată
Vanzator	Asigurarea de consultanță și oferirea de soluții pentru clienți, în funcție de solicitările acestora. Asigurarea de sprijin pentru clienți în procesul de realizare a aranjamentelor dulci și serviciilor dorite Transmiterea necesarului de materiale către departamentul de	- Experiență - Imaginație - Îndemănare în realizarea aranjamentelor; - Adaptarea rapidă la cerințele și nevoile clienților;	- minim 2 ani de experiență în relațiile cu publicul și comerț;

	aprovizionare.		
Specialist Marketing	<p>Realizarea si publicarea de materiale de promovare online si offline.</p> <p>Asigurarea interfetei cu clientii.</p> <p>Prospectarea pietei si identificarea de noi clienti.</p> <p>Primirea si procesarea comenzilor de la clienti.</p> <p>Transmiterea comenzilor de materiale necesare si mentinerea relatiei cu furnizorii.</p> <p>Mentinerea legaturii permanent cu clientii.</p> <p>Participarea la evenimente de networking pentru a promova produsele si serviciile companiei.</p>	<p>- Studii superioare finalizate in domeniul economic - Marketing, de preferat sau similar;</p> <p>- Indemanare in utilizarea calculatorului - Pachet Microsoft, Adobe, Internet;</p>	<p>- minim 2 ani de experinta specifica in marketing, comunicare online, vanzari, comert, administrare afaceri, s.a.</p>

4.4 - Relațiile de muncă

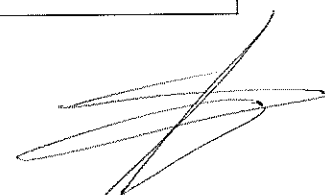
(Vă rugăm să prezentați relațiile organizatorice dintre posturile propuse: subordonare, funcționale, etc.)

Organigrama companiei este formata din 3 persoane: Administrator (neremunerat, actioneaza in baza puterilor oferite de actul constitutive), Vanzator si Specialist Marketing.

Cei 2 angajati, Vanzator si Specialist Marketing sunt subordonati administratorului companiei.

Astfel, administratorul este persoana care va stabili strategia firmei, va initia contacte cu furnizorii si cu clientii (individual si /sau corporate), va semna contracte de colaborare, va asigura resursele financiare pentru functionarea activitatii si va trasa sarcini celor doi angajati din subordine. Administratorul va solicita si primi rapoarte privind activitatile, cu o periodicitate stabilita de comun acord. Totodata, administratorul va asigura legatura cu finantatorul, va elabora si transmite situatiile care ii sunt solicitate si va initia si realiza orice modificari contractuale sunt necesare pe parcursul implementarii planului de afaceri.

Specialistul in marketing va asigura implementarea strategiei de marketing, va avea un target de vanzari lunare / trimestriale / semestriale si anuale, va fi responsabil de configurarea strategiei in orice moment este necesar si va propune masuri de imbunatatire ori de cate ori este nevoie. Specialistul in marketing va asigura reprezentarea companiei in anumite cazuri, ocupandu-se de proiectele generate de platforma online (preluarea comenzii, realizarea si livrarea ei). Specialistul in marketing va comunica administratorului si serviciilor contabile cand si ce se va factura, precum si ceea ce trebuie urmarit la nivel de incasari.



Vanzatorul se ocupa de magazinul fizic, unde se va ocupa de aranjarea produselor, legatura permanenta cu clientii, realizarea produselor comandate de acestia, ambalarea si vanzarea. La finalul fiecarei zile de lucru, vanzatorul va furniza administratorului verbal sau in scris, un rezumat al zilei - incasari, vanzari, stocuri ramase si va preda incasarile zilei. Vanzatorul va fi sensibil la comenzile clientilor, identificand si raportand: care sunt cele mai cerute produse, cu ce frecventa se intorc clientii, cum se prefera a se face platile, etc. De asemenea, ori de cate ori este necesar, vanzatorul va solicita feedback-ul clientilor referitor la calitatea produselor, nivelul de satisfactie si, cand este cazul, sursa de unde au aflat de magazin. Pentru aceste mici sondaje, se va pune la dispozitia vanzatorului un numar de mici cadouri pe care le va oferi clientilor respondenti.

maxim 3000 caractere

4.5 - Management și coordonare

(Vă rugăm să evidențiați felul în care cunoștințele/specializările/experiența fiecăruia dintre persoanele cheie (asociați, manageri și/sau salariați) din cadrul firmei vor influența în mod pozitiv evoluția firmei.)

Managementul companiei si partea de coordonare a activitatii sunt asigurate de administratorul companiei care este si reprezentant legal si asociat majoritar in companiei.

In ceea ce priveste managementul si procesul decizional, administratorul companiei este sprijinit de cel de al doilea asociat din companie.

Administratorul SWEET MOMENTS BNM SRL isi va exercita activitatea in baza actului constitutiv, in timp ce actionarul minoritar se va implica doar la nivel de management strategic si va interveni asupra deciziilor de management general al companiei.

Cei doi asociati au experienta in managementul unor companii, actionarul minoritar fiind promotorul de succes a doua afaceri in Spania, pe care le-a gestionat timp de peste 10 ani. Actionarul majoritar a observat in mod direct modul de management al acestor afaceri, actualmente este studenta la o facultate de profil socio-uman si este si absolventa a unui curs de competente antreprenoriale, realizat in cadrul proiectului 106932.

maxim 3000 caractere

B. POLITICA DE RESURSE UMANE

4.6 - Recrutare personal

(Vă rugăm prezentați succint cum se vor realiza procesele de recrutare, selecție și integrare a personalului în cadrul afacerii dumneavoastră.)

Procesul de recrutare si selectie se va realiza in mod transparent, utilizand mijloace online (site-uri de specialitate) si offline (la Agentia Judeteana pentru Ocuparea Fortei de



Munca), prin publicarea unui anunt de angajare.

Politica de recrutare ce va fi aplicata in cadrul companiei SWEET MOMENTS BNM SRL va avea la baza drept criteriile principale de selectie a candidatilor experienta specifica si pregatirea in domeniu.

Alte criteriile importante, pe care le vom avea in vedere in procesul de recrutare sunt:

- Automotivare si proactivitate;
- Profesionalism;
- Creativitate;
- Recomandari / Portofoliu de lucrari (daca exista);
- Dorinta de invatare continua;
- Etc.

Criteriile care reprezinta avantaj pentru angajare sunt: buna cunoastere a lucrului cu computerul, bune abilitati de vanzare si relationare cu clientul si o buna conduita morala.

Procesul de recrutare in cadrul companiei se va desfasura in 2 etape: Etapa I - Interviu preliminar si Etapa II - Proba practica.

Orice persoana ce se va angaja va trece printr-o perioada de proba de maxim 90 de zile si acesta perioada de proba va fi considerata drept vechime in munca fiind specificata in contractul individual de munca.

Integrarea la locul de munca se va realiza printr-un program de instruire in domeniul SSM si PSI si in ceea ce priveste regulamentul intern si proceduri de lucru (flux de lucru) utilizate in cadrul firmei.

maxim 3000 caractere

4.7 - Motivarea angajatilor

(Vă rugăm prezentați succint principalele caracteristici ale sistemului de motivare a angajaților care va fi aplicat în firmă.)

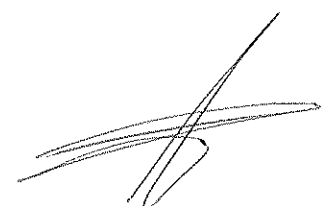
In ceea ce priveste motivarea angajatilor in cadrul companiei vor fi adoptate mijloace de motivare agreate de angajati, stabilite in urma analizei nevoilor individuale ale acestora.

Principalele mijloace de motivare generala ce vor fi aplicate in cadrul companiei se impart in 2 categorii:

- de natura financiara: bonusuri de performanta acordate lunar sau trimestrial; posibilitatea de cumparare actiuni pentru angajatii cu o vechime mai mare de 5 ani in companiei; posibilitatea de cumparare in sistem franchiza;
- de natura nefinanciara: program flexibil, bonusuri de timp liber, in functie de performanta si de posibilitatile existente la nivelul companiei; bonusuri in natura constand in produse realizate in cadrul companiei; teambuilding anual; petreceri aniversare; cadouri din partea companiei pentru evenimentele importante din viata angajatilor; vouchere de vacanta, etc.

maxim 3000 caractere

4.8 - Monitorizare și control



(Vă rugăm prezentați succint cum se va realiza monitorizarea / controlul personalului în afacerea dumneavoastră)

Monitorizarea și controlul personalului se vor realiza periodic, prin observare, prin analiza performanței în funcție de indicatori obiectivi de verificare (ex. nr de contracte / clienți, nr de comenzi preluate, nr. de comenzi rezolvate, nr de erori înregistrate, timp alocat fiecărei comenzi, valoare comanda, etc)

Responsabili cu monitorizarea și controlul activității vor fi administratorul și conducerea companiei.

Totodată o altă ramură de control este reprezentată de controlul calității produselor și serviciilor, activitate care va fi exercitată de persoanele direct implicate la nivelul activității.

În cazul în care sunt constatate nereguli sau abateri de la standardele de calitate agreate se vor întocmi procese verbale de constatare a neregulilor și rapoarte detaliate ce vor include măsuri de atenuare / înlăturare a cauzei care a condus la acea situație.

maxim 3000 caractere

4.9 - Salarizarea personalului

(Vă rugăm prezentați succint modul de salarizare al personalului - descrieți modul de salarizare / plată, matricea de salarizare, sporuri, bonusuri, respectiv alte detalii relevante cu privire la salarizare).

Salarizarea personalului în cadrul SWEET MOMENTS BNM SRL se va realiza având la baza matricea de salarizare validată de conducerea companiei, care include:


- nivelurile de salarizare în funcție de experiența în domeniu a fiecărui angajat,
- sporurile acordate în funcție de vechime și alte criterii de performanță, precum: pentru fiecare an de activitate continuă în cadrul companiei se va acorda un spor de vechime de 10% din salariu;
- sporurile anuale acordate pe baza performanțelor obținute în anul anterior.
- salariul acordat angajaților nu va putea fi mai mic decât salariul minim pe economie în vigoare la data efectuării angajării.

Salariile acordate în cadrul companiei sunt formate din 2 componente:

- salariul fix - se negociază la angajare și se renegociază dacă este cazul; se stabilește prin CIM, se modifică prin act adițional (dacă este cazul) și se plătește lunar până în data de 10 ale lunii ulterioare exercitării dreptului la salariu;
- bonusuri lunare / trimestriale - acordate angajaților lunar sau trimestrial, în funcție de vânzări, performanțe la locul de muncă, etc.

Politica de salarizare va fi aplicată în cadrul companiei în mod transparent, se va comunica angajaților, atât la momentul angajării, cât și pe parcurs; vor fi comunicate întregii echipe bonusurile și sporurile acordate și vor fi felicitate angajații performanți lunar/trimestrial/anual.

maxim 3000 caractere



4.10 - Dezvoltarea profesională

(Vă rugăm prezentați succint care va fi modul în care personalul va fi ajutat în dezvoltarea sa profesională - acțiuni de formare, coaching, etc.)

În cadrul SWEET MOMENTS BNM SRL toți angajații sunt încurajați să participe în programe de dezvoltare profesională, de la workshop-uri de scurtă durată, la traininguri de specialitate sau bootcamp-uri, parte dintre aceste activități fiind decontate de companie.

Compania SWEET MOMENTS BNM SRL acordă angajaților, în baza regulamentului de ordine interioară, concediu pentru formare profesională pentru toți angajații companiei care solicită acest drept.

Totodată SWEET MOMENTS BNM SRL va organiza anual activități de stimulare a dezvoltării profesionale în cadrul companiei, precum:

- workshop-uri și ateliere tematice;
- team-buildinguri sau bootcampuri, organizate intern, în parteneriat cu alte organizații din domeniu sau din domenii complementare sau prin achiziția de servicii externalizate;

Toate aceste activități vizează creșterea coeziunii în echipă și dezvoltarea abilităților de profesionale.

De asemenea în cadrul companiei sunt încurajați toți angajații să își exerseze caracterul de lider, fiind indemnati să gestioneze proiecte proprii acolo unde este cazul. Totodată în cadrul companiei va exista posibilitatea de a promova pe scara ierarhică, pe măsura ce echipa se dezvoltă, în conformitate cu organigrama și pozițiile disponibile în cadrul companiei.

maxim 3000 caractere

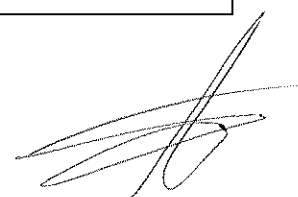
4.11 - Egalitatea de șanse și nediscriminarea

(Vă rugăm prezentați succint care sunt acțiunile realizate în planul managementului resurselor umane care contribuie la respectarea principiilor egalității de șanse și nediscriminării)

Egalitatea de șanse va fi unul dintre principiile menționate în regulamentul intern, iar modul de exprimare a acestuia va fi prin aplicarea acestui principiu la toate nivelurile de activitate, și în special în selecția, recrutarea, angajarea, motivarea și salarizarea angajaților.

În ceea ce privește angajarea personalului în cadrul SWEET MOMENTS BNM SRL activitatea de recrutare se va realiza într-o manieră transparentă, utilizând mijloacele online de recrutare precum: site-urile de joburi, interviu online (dacă este cazul) și având la bază principiile obiective ce țin de profesionalism, studii, experiența în domeniu, etc. Astfel, vor fi acordate șanse egale tuturor celor care doresc să facă parte din echipa SWEET MOMENTS BNM SRL să aplice pentru un post, să participe în procesul de recrutare și ulterior să obțină un loc de muncă în cadrul companiei.

De asemenea în cadrul echipei / echipelor de lucru din cadrul companiei va fi interzis tratamentul discriminatoriu față de colegi și angajații vor fi încurajați să își trateze colegii în mod egal indiferent de sex, etnie, statut social, etc.



• **DESCRIEREA PRODUSELOR / SERVICIILOR CARE FAC OBIECTUL AFACERII**

5.1 - Prezentarea produselor / serviciilor

(Descrierea exactă a produsului/serviciului oferit:

- *în cazul produselor finite: prezentați pe scurt o descriere fizică, caracteristici tehnice, performanțe, utilități, căror nevoi răspund, etc.*
- *în cazul serviciilor: descrieți trăsăturile caracteristice ale acestora, în așa fel încât să se înțeleagă la ce servesc serviciile prestate de dvs.)*

SWEET MOMENTS BNM SRL ofera o gama variata de produse si servicii conexe atat in locatie, cat si prin intermediul platformei online www.sweet_moments_bnm.ro.

Principalele linii de produse oferite de SWEET MOMENTS BNM SRL sunt:

- Jeleuri si bomboane gumate - buc - diverse sortimente;
- Torturi de jeleuri - diverse sortimente;
- Aranjamente pentru evenimente - standard sau cu posibilitate de configurare la comanda;
- Aranjamente dulci de diferite forme in functie de sarbatori (ziua indragostitilor, craciun, etc.) - standard sau cu posibilitate de configurare la comanda;
- Accesorii - diverse sortimente;

Principalele servicii conexe oferite de SWEET MOMENTS BNM SRL sunt:

- Livrari la domiciliu sau la adresele indicate de clienti;
- Servicii personalizate de realizare aranjamente la comanda;
- Servicii online - configurare produs, comenzi, plati, s.a.

Serviciile oferite de SWEET MOMENTS BNM SRL vin in sprijinul realizarii produselor companiei sau in completarea acestora pentru a aduce plus valoare clientilor finali.

Fluxul aferent activitatii este urmatorul:

1. Clientul intra in magazinul fizic sau online, pe platforma si vizualizeaza catalogul de produse
2. Clientul alege produsul dorit - fie din catalog, fie si-l creeaza singur si il comanda (online sau in magazinul fizic), specificand informatiile obligatorii solicitate: cantitati, data la care trebuie sa fie gata produsul, locatia de livrare
3. Comanda este preluata in timp real, solicitandu-se plata partiala sau totala a acesteia (la alegerea clientului). Plata se poate realiza prin mai multe metode: prin card bancar, prin transfer bancar, la magazin, cash sau la primirea produsului
4. Se emite factura catre client si se confirma datele solicitate (cantitati, data de livrare, locatia). In cazul in care configuratia solicitata de client nu este posibila, se ofera informatii si consiliere pentru a ajunge la un rezultat cat mai apropiat de ceea ce isi doreste acesta.
5. Se realizeaza produsul solicitat, in conformitate cu preferintele clientului.
6. Se livreaza produsul in conformitate cu solicitarea clientului, acesta fiind ajutat sa il si pozitioneze acolo unde doreste, la cerere
7. Se incaseaza restul de plata.



5.2 - Avantajele noilor produse / servicii

(Vă rugăm prezentați și argumentați principalele avantaje ale noilor produse/servicii în raport cu concurența - de exemplu: preț, calitate, caracteristici noi, servicii post-vânzare.)

Principalele avantaje pe care le ofera SWEET MOMENTS BNM SRL si www.sweet_moments_bnm.ro constau în:

- posibilitatea configurării produselor în funcție de preferințele clienților și livrarea unor produse personalizate, personalizarea la comandă, în funcție de dorințele acestora;
- flexibilitatea față de client - posibilitatea de a achiziționa produse personalizate sau unicat;
- implicarea clienților în procesul de producție - realizarea aranjamentului dorit;
- calitatea produselor finale;
- simplu și rapid de comandat datorită serviciilor online - de la configurarea produsului (tort, figurine, etc.) până la plata comenzii, totul se întâmplă online.

Un alt avantaj al companiei noastre este acela că nici unii dintre concurenții noștri - cofetării tradiționale (cu sau fără website, magazin online, etc), nu are flexibilitatea totală pe care o dovedește magazinul nostru de dulciuri. Ca și concept de business, acesta este unul cu totul nou și inovativ și este 100% orientat spre client și nevoile sale.

La nivelul prețurilor practicate, vom avea prețuri competitive, încercând să venim întotdeauna în întâmpinarea clienților fideli, cu oferte, bonusuri de fidelizare, etc.

În ceea ce privește serviciile post-vânzare, pentru acei clienți care doresc să își exprime nevoia pentru acest serviciu, livratorul nostru se poate ocupa de amplasarea produsului în locație, pentru a evita accidentele nedorite. Considerăm livrarea produsului în cele mai bune condiții și predarea lui clientului ca o obligație a noastră.

maxim 3000 caractere

• ANALIZA PIEȚEI DE DESFACERE ȘI A CONCURENȚEI

6.1 - Piața de desfacere a produselor / serviciilor oferite

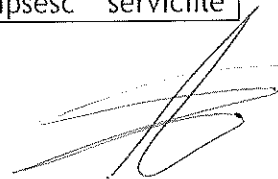
(Vă rugăm să definiți piața desfacere pentru produsele / serviciile oferite: prezentați caracteristicile specifice ale pieței, segmentului/elor de piață, căror nevoi se adresează produsele / serviciile oferite dumneavoastră, alte aspecte relevante.)

Piața vânzării de astfel de produse din România este în continuă creștere. Din totalul de vânzări pe produse dulci și candy bar din România, pe segmentul online se înregistrează anual vânzări aproximativ 2.5%. Potențialul online nu este exploatat la maximum, întrucât în România încă primează comerțul tradițional când vine vorba de alimente, în mod special.

Deși există o abundență de produse pentru candy bar și evenimente, produsele oferite de către societatea noastră, nu se comercializează la o scară largă încă pe piața din România. Magazinul SWEET MOMENTS BNM își propune să achiziționeze materii prime direct de la producători pentru a asigura produse de calitate clienților finali.

La nivelul orașului Rosiori de Vede nu există niciun magazin cu astfel de produse iar la nivel național foarte puține și cu o varietate redusă.

Piața online are un potențial de dezvoltare ridicat, însă lipsesc serviciile



conexe/complementare menite sa aduca plus valoare produselor oferite, pentru a convinge clientii sa aleaga acest tip de comert.

Magazinul de dulciuri SWEET MOMENTS BNM, inclusiv www.sweetmomentsbnm.ro raspunde nevoilor individuale ale clientilor atat in ceea ce priveste achizitia de produse individuale, cat si pe segmentul aranjamente, prin furnizarea de servicii personalizate pentru clienti. In acest fel, produsele realizate din dulciuri diverse (cosuri, aranjamente, cutii, figurine, candy-bar, torturi din jeleuri, etc), precum si serviciile anterioare vanzarii - configurarea celor mai bune combinatii, coloristica, aranjamente si post-vanzare - livrare si amplasare, vor fi principalele atuuri ale firmei pe piata, iar educarea clientului sa cumpere acest tip de produse va fi consecinta directa a calitatii si accesibilitatii produselor.

maxim 3000 caractere

6.2. Localizarea și mărime pieței desfacere a produselor / serviciilor oferite

(Vă rugăm să precizați amplasarea pieței - locală, regională, națională, internațională - și mărimea acesteia, din perspectiva valorii în unități monetare și a numărul estimat de clienți potențiali).

Conform unui studiu Business Magazin, piata de e-commerce din Romania are cel mai rapid ritm de dezvoltare la nivel European. Estimările PayU, unul dintre jucatorii de pe piata tranzactiilor banesti efectuate online, cca 2,8 miliarde de Euro au fost tranzactionati in acest fel, iar in anii urmatoari - 2018 si 2019, se asteapta depasirea pragului de 3 miliarde de Euro. Conform estimarilor de pe piata produselor alimentare, vanzarile din Romania ajung la cca 200 milioane de euro anual si sunt in continua crestere. Vanzarile pe segmentul online se ridica la peste 2.5 mil de euro, iar valoarea medie a unei comenzi online în România se situează la 170 lei. Asadar, exista un potential enorm de valorificare a acestei forme de desfacere, potential pe care intentionam sa-l capitalizam in afacerea noastra.

Magazinul SWEET MOMENTS BNM isi va desfasura activitatea urmarind directii principale:

- la nivel local in Rosiori de Vede si tinteste extinderea in sistem franchiza pe piata nationala, in urmatoorii 5 ani;
- în mediul online prin intermediul platformei www.sweetmomentsbnm.ro

Astfel piata de desfacere a produselor si serviciilor furnizate de SWEET MOMENTS BNM SRL se imparte in doua dimensiuni:

- piata locala - in Rosiori, si asigurand livrari la domiciliu in judetul Teleorman;
- piata online - tintind piata din romania si strainatate.

Tintind in principal cele 2 dimensiuni ale pietei, mentionate mai sus, SWEET MOMENTS BNM SRL tinteste sa devina alegerea nr 1 in totul preferintelor clientilor locali in urmatoorii 5 ani, prin asigurarea de produse de calitate si servicii personalizate, adaptate nevoilor clientilor, precum: configurarea produselor la comanda, atat prin intermediul platformei online, cat si direct in locatie, livrarea produselor la adresa indicata de client, in cel mai scurt timp posibil, s.a.;

maxim 3000 caractere

6.3. Clienți potențiali

(Vă rugăm să prezentați profilul clientului/lor potențial(i) pentru produsele / serviciile oferite. Care va fi tipul clienților - individuali, comercianți, cu ridicată, cu amănuntul, societăți comerciale, agricultori etc. Care este structura acestora (% pe fiecare grupa)?)

Clienții potențiali ai societății SWEET MOMENTS BNM SRL se împart în principal în 2 categorii:

- persoane fizice - clienți individuali;

- persoane juridice - clienti corporate;

In primul an de activitate tintim in mod special clientii individuali (persoane fizice), minim 50 de clienti/ zi, ceea ce ar reprezenta aproximativ 90% din vanzari/cifra de afaceri a companiei, urmand ca pe termen mediu societatea sa isi indrepte atentia preponderent catre clientii corporate, iar balanta in ceea ce priveste vanzarile sa se incline catre vanzarile corporate, estimand un procent de 50% - vanzari corporate (B2B) si 50% - vanzari clienti individuali persoane fizice (B2C).

In ceea ce priveste profilul clientului, este dificil de schitat un profil, intrucat toata lumea cumpara produse noi si deosebite, fie direct din magazin, fie din mediul online, mai importanta este destinatia produsului achizitionat.

Totusi SWEET MOMENTS BNM SRL tinteste un segment de clienti cu un nivel de educatie peste medie, obisnuiti cu mediul online si care prefera sa isi faca cumparaturile online din lipsa timpului, care vor sa ofere cadouri speciale/unicat persoanelor dragi / angajatilor, au un simt estetic bine dezvoltat si spirit de initiativa, acestea fiind doar o parte din trasaturile potentialilor clienti ai companiei.

Conform unui studiu efectuat de Daedalus Millward Brown in 2014 referitor comportamentul de cumparare online al romanilor in ceea ce priveste achizitionarea de alimente reflecta urmatoarele:

- Primele magazine care au inceput sa stimuleze achizitia de produse alimentare online au fost colosii Carrefour, Selgros si franciza Mega Image. Lor li s-au alaturat in timp si celelalte mari lanturi de magazine.
- Alimentele si produsele alimentare reprezentau in 2014 cca 7.2% din vanzarile online, insa tendinta era de crestere
- Majoritatea prefera livrarea la domiciliu, restul optand pentru ridicarea produselor din magazine
- Cca 79,3% prefera plata la livrarea coletului, cardul bancar si online banking fiind preferate de restul respondentilor
- Suma medie platita pentru o comanda online este pana in 100 de Euro (peste 37% din respondenti)
- Motivele de a nu achizitiona produse online tineau de neincrederea intr-un produs netestat inainte, nesiguranta utilizarii cardului pentru plati, lipsa unui card bancar, grija scazuta fata de manipularea coletelor si neincrederea in magazinele online (sursa: <http://www.business24.ro/idei-afaceri/afaceri-online/ponderea-romanilor-care-cumpara-alimente-online-a-crescut-ce-magazine-vand-produse-alimentare-pe-internet-1540567>)

In prezent, principala orientare a persoanelor ocupate este de a gasi in special magazine de produse naturale, ecologice, etc sau de produse cat mai specifice, cum sunt si dulciurile.

maxim 3000 caractere

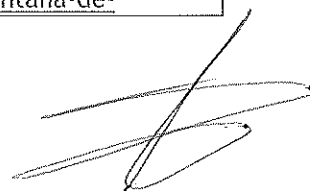
6.4. Concurența

(Vă rugăm să prezentați principalii competitori care activează pe piața vizată: denumirea lor, cifra de afaceri pe ultimul an fiscal, suprapunerea ofertei acestor companii cu oferta firmei dumneavoastră, etc.)

Concurența pe piața vanzarilor de astfel de produse din Rosiori este destul de mica, aproape inexistentă.

In urma analizei concurenței realizata la momentul octombrie 2018 am identificat ca principalii concurenți in Rosiori si in mediul online urmatoarele societati care sofera servicii de candy bar pentru evenimente:

- <https://evenimentedebasm.ro/tag/candy-bar-botez-rosiorii-de-vede/>
- <https://www.facebook.com/cofetariasavorya/>
- http://www.casanuntilor.ro/candy-bar-cocktail-fructe_rosiorii-de-vede_fantana-de-



ciocolata

Majoritatea concurenților vand produse standard, deja configurate, prestabilite prin intermediul site-urilor online. O parte dintre concurenți oferă clienților posibilitatea configurării produselor doar în locație și pornind de la modele prestabilite. Pentru clienții care doresc să previzualizeze produsele trebuie ca aceștia să se deplaseze în locația de vânzare a produselor.

În ceea ce privește piața vânzării de produse pentru candy bar din Rosiori și nu numai, deficiențele se înregistrează la nivelul serviciilor conexe prestate de furnizorii de produse în piața (concurenții).

Ceea ce diferențiază SWEET MOMENTS BNM SRL de concurența este partea de servicii complementare asigurate de companie clienților, precum: vânzările personalizate, de configurarea produsului, la livrarea acestuia, urmărind în permanentă satisfacerea nevoilor clienților de-a lungul procesului de livrare.

maxim 3000 caractere

• STRATEGIA DE MARKETING

7.1. Politica de produs

(Descrieți modul de prezentare a produsului / serviciului, forme de prezentare din punct de vedere tehnic, dimensiuni, ambalaje, servicii prestate, dacă aveți un singur produs/serviciu sau mai multe tipuri de produse/servicii, game și linii de produse, etc.)

SWEET MOMENTS BNM SRL oferă o gamă variată de produse și servicii conexe atât în locație, cât și prin intermediul platformei online www.sweet_moments_bnm.ro

Gama de produse oferite de SWEET MOMENTS BNM SRL este variată și flexibilă. În portofoliul de produse ale companiei există două categorii principale de produse:

- produse standard - produse individuale sau deja configurate, disponibile pe site și în magazin;
- produse configurate la comandă - online sau direct în magazin - forma de prezentare a acestora fiind diferită de la un produs la altul.


Principalele linii de produse oferite de SWEET MOMENTS BNM SRL sunt:

- Jeleuri și bomboane gumate - buc individual - diverse sortimente;
- Torturi de jeleuri - diverse sortimente;
- Aranjamente pentru evenimente - standard sau cu posibilitate de configurare la comandă;
- Aranjamente dulci de diferite forme în funcție de sărbători (ziua îndrăgostiților, Crăciun, etc.) - standard sau cu posibilitate de configurare la comandă;
- Accesorii - diverse sortimente;

Produsele din oferta SWEET MOMENTS BNM SRL și platforma online www.sweet_moments_bnm.ro prezintă o serie de avantaje ce diferențiază compania de concurența, cum ar fi:

- posibilitatea configurării produselor în funcție de preferințele clienților și livrarea unor produse personalizate, configurate la comandă, în funcție de preferințele acestora;
- flexibilitatea față de client - posibilitatea de a achiziționa produse personalizate sau unicat;
- implicarea clienților în procesul de producție - realizarea aranjamentului dorit;
- calitatea produselor finale;
- simplu și rapid de comandat datorită serviciilor online - de la configurarea produsului până la plata comenzii, totul se întâmplă online.

In completarea portofoliului de produse SWEET MOMENTS BNM SRL oferă o serie de servicii



complementare, pentru a asigura clientilor un nivel ridicat de calitate in livrarea produselor dorite, precum:

- Livrari la domiciliu clientilor;
- Servicii personalizate de realizare aranjamente dulci la comanda;
- Servicii online - configurare produs, comenzi, plati, s.a.

Practic SWEET MOMENTS BNM SRL ofera servicii integrate clientilor sai, de la configurarea / alegerea produsului, pana cand acesta este livrat la client.

maxim 3000 caractere

7.2. Politica de preț

(Precizați modul în care se va stabili prețul produsului/serviciului, cum vă situați față de concurență, precum și alte aspecte relevante.)

Gama de produse oferite de SWEET MOMENTS BNM SRL este variata si flexibila. In portofoliu de produse ale companiei exista doua categorii principale de produse:

- produse standard - care au pret fix disponibil pe site si in agazin;
- produse configurate la comanda, al caror pret difera in functie de elementele componente ale acestora, pretul acestor produse fiind disponibil doar in momentul configurarii produsului si se compune din pretul elementelor individuale, componente ale acestor produse.

Pricipala metodo de stabilire a preturilor produselor finale utilizata de SWEET MOMENTS BNM SRL este metoda pe baza costurilor, pretul final al produsului incluzand costurile materiilor prime, materialelor, amortizarea echipamentelor necesare productiei, manopera si alte elemente componente ale produsului final sau auxiliare.

In principal, un produs complex dedicat unui eveniment deosebit (Ex. candy bar) poate varia ca pret intre 600 de lei si 2000 de lei, in functie de componentele alese si de orice alte specificatii date de client (coloristica, asezare, cantitate, etc). Se va merge mult pe stimularea producatorilor locali, in sa pana la momentul in care vom identifica furnizori cu o calitate inalta a produselor, vom si importa o parte din materiile prime, ceea ce va creste costurile. La nivelul produselor vandute individual in magazinul din Rosiori, putem avea persoane care achizitioneaza jeleuri in valoare de 10 lei (200 - 300 g) sau aranjamente in valoare de 200-300 lei.


maxim 3000 caractere

7.3. Politica de distribuție

(Menționați care sunt canalele dumneavoastră de distribuție - vânzări directe, cu ridicata, intermediari, prin agenți, la comandă, etc. Se vor prezenta structura pe tipuri de canale de distribuție. În plus, precizați care sunt modalitățile dumneavoastră de distribuție a produselor / serviciilor: cu ridicata, cu amănuntul, prin magazine proprii, rețea de magazine specializate, la domiciliul clientului, intern și/sau internațional, etc.)

Politica de distributie in cadrul companiei SWEET MOMENTS BNM SRL este foarte importanta intrucat influenteaza semnificativ calitatea produselor livrate catre clientii finali, iar procesele trebuie monitorizate atent de-a lungul canalului aprovizionare - livrare.

Distributia si livrarea produselor SWEET MOMENTS BNM SRL catre clientii finali se va realiza utilizand urmatoarele canale de distributie:



- rețeaua proprie de vânzări;
- în locațiile proprii din Rosiori;
- la domiciliul clienților prin intermediul forței de vânzări proprii;
- prin intermediul partenerilor;
- în locațiile partenerilor la nivel național;
- la domiciliul clienților prin intermediul partenerilor;

Vanzarile in cadrul SWEET MOMENTS BNM SRL se pot realiza, atat in sistem en-gros (cu ridicata), cat si en-detail (cu amanuntul), in functie de nevoile clientilor.

maxim 3000 caractere

7.4. Politica de promovare

(Prezentați aspecte concrete privind strategia de promovare care va fi implementată în cadrul afacerii: canale de promovare, materiale de promovare, tehnici de promovare utilizate, etc. Descrieți care este strategia de promovare pentru lansarea produselor/serviciilor pe piață.)

Politica de promovare este foarte importanta pentru companie datorita concurentei pe piata si noutatii produselor. Astfel ca principalele obiective avute in vedere in cadrul strategiei de marketing vor fi:

- dobandirea notorietatii la nivel local si treptat la nivel national, atat in mediul offline, cat si in mediul online si
- educarea pietei in ceea ce priveste achizitia online a produselor si alegerea produselor personalizate / unicat / diferite de cele ale concurentilor.

Pentru realizarea obiectivelor propuse in strategia de marketing principalele canale si instrumente de promovare ce vor fi utilizate de compania SWEET MOMENTS BNM SRL se impart in 2 categorii:

- in mediul online:
 - platforma online www.sweet_moments_bnm.ro, inclusiv buget de promovare in Google AdWords (ambele rețele - Search si Display);
 - pagina de Facebook, inclusiv buget de promovare a paginii si produselor, campanii directionate catre publicul tinta; unde vor fi distribuite informatii relevante pentru publicul tinta, vor fi incarcate poze cu produsele realizate, etc.
 - canal de youtube propriu, unde vor fi incarcate filmulete de prezentare a produselor realizate, tehnica de realizare, etc.
 - bannere online pe site-urile partenerilor si pe diverse site-uri;
 - articole online pe blogul inclus in platforma, bloguri de specialitate;
 - advertoriale online de prezentare;
 - comunicate de presa pe site-uri gratuite sau contra cost;
 - Newsletter / Buletin informativ transmis clientilor si potentialilor clienti care isi fac cont pe platforma.
- in mediul offline:
 - realizarea unor materiale de promovare in format fizic: brosure, flyere, carti de vizita, etc.
 - organizarea de evenimente, precum ateliere creative pentru adulti si copii, workshopuri, etc. si participarea la evenimente organizate de parteneri, evenimente de networking, etc.
 - participarea la targuri si expozitii de profil organizate in tara si in strainatate, in calitate

de expozant sau participant.

Principalele tehnici de promovarea a vanzarilor ce vor fi utilizate in cadrul SWEET MOMENTS BNM SRL sunt:

- Mercantizarea produselor online si offline si publicitatea la locul vanzarii, prin expunerea produselor intr-o maniera atragatoare pentru clienti atat in locatie, cat si online;
- Reducerile de pret, acordare pe termen scurt pentru a impulsiona vanzarile imediate sau la cumpararea celui de al doilea/al treia produs, incluse in campanii de promovare a vanzarilor;
- Discounturile - acordate fie in functie de volum, la a doua cumparare, pentru recomandari, etc.
- Vanzarile grupate - acordarea de reduceri de pret sau discounturi pentru achizitia pachetelor de produse si servicii oferite in cadrul companiei.
- Acordarea de mostre si cadouri clientilor fideli, cu ocazia unor momente importante/eventimente;
- Organizarea unor concursuri cu premii imediate sau prin tragere la sorti;
- Realizarea de carduri de fidelitate sau carduri cadou, ce pot fi oferite clientilor drept recompensa sau pot fi cumparate de clienti si acordare angajatilor sau altor persoane;

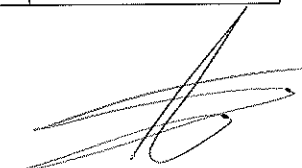
Toate aceste tehnici si instrumente de promovare a vanzarilor vor fi detaliate in strategia de marketing a companiei SWEET MOMENTS BNM SRL si a colo unde este cazul vor fi realizate regulamente si metodologii de implementare a campaniei, ce vor fi postate pe platforma online www.sweet_moments_bnm.ro atunci cand acestea trebuie comunicate clientilor.

maxim 3000 caractere

• PROIECȚII FINANCIARE PRIVIND AFACEREA

8.1. Plan general de finanțare a ideii de afaceri

Categorie de cheltuieli eligibile conform GSCS OS 3.7, din care:	Sursa de finanțare		
	Subvenție minimis	Contribuție proprie	Total
1.1. Cheltuieli salariale	30.000 lei		30.000 lei
1.3. Contribuții sociale aferente cheltuielilor salariale și cheltuielilor asimilate acestora (contribuții angajați și angajatori)	21.260 lei		21.260 lei
2.4. Taxe și asigurări de călătorie și asigurări medicale aferente deplasării		700 lei	700 lei
3. Cheltuieli aferente diverselor achiziții de servicii specializate, pentru care beneficiarul ajutorului de minimis nu are expertiza necesară	20.230 lei		20.230 lei
4. Cheltuieli cu achiziția de active fixe corporale (altele decât terenuri și imobile), obiecte de inventar, materii prime și materiale, inclusiv materiale consumabile, alte cheltuieli pentru investiții necesare funcționării	20.055 lei		20.055 lei



întreprinderilor			
5. Cheltuieli cu închirierea de sedii (inclusiv depozite), spații pentru desfășurarea diverselor activități ale întreprinderii, echipamente, vehicule, diverse bunuri	18.992,4 lei		18.992,4 lei
Total Transa I	110.537,40 lei	700 lei	111.237,40 lei
12. Cheltuieli financiare și juridice (notariale) aferente funcționării întreprinderilor	2.856 lei		2.856 lei
4. Cheltuieli cu achiziția de active fixe corporale (altele decât terenuri și imobile), obiecte de inventar, materii prime și materiale, inclusiv materiale consumabile, alte cheltuieli pentru investiții necesare funcționării întreprinderilor	27.357,9 lei		27.357,9 lei
3. Cheltuieli aferente diverselor achiziții de servicii specializate, pentru care beneficiarul ajutorului de minimis nu are expertiza necesară	6.545 lei		6.545 lei
Total Transa II	36.758,9 lei	0 lei	36.758,9 lei
TOTAL PROIECT	147.296,30 lei	700 lei	147.996,30 lei

***** DE VĂZUT BUGET EXCEL PENTRU MAI MULTE INFORMATII**

8.2. Bugetul proiectului

(Se vor încărca linie cu linie cheltuielile solicitate spre finanțare, conform încadrării lor în nomenclatorul cheltuielilor POCU și conform GSCS OS 3.7 - România Start-up Plus.)

8.3. Cashflow - Proiecții Financiare

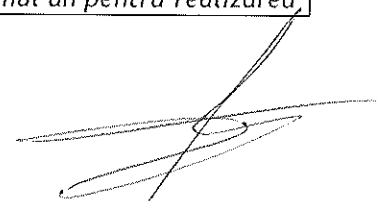
Nr. crt.	Explicații	ANUL I	ANUL II	ANUL III	ANUL IV
1	Sold inițial disponibil (casă și bancă)	200.00	54,557.80	31,457.80	29,067.80
A	Intrări de lichidități (1+2+3+4)	202,996.30	110,000.00	160,000.00	210,000.00
1	din vânzări	55,000.00	110,000.00	160,000.00	210,000.00
2	din credite primite				
3	alte intrări de numerar (aport propriu, etc.)	700.00			
4	Subvenție de minimis	147,296.30			
	Total disponibil (I+A)	203,196.30	164,557.80	191,457.80	239,067.80
B	Cheltuieli	148,088.50	132,000.00	160,790.00	165,790.00

1	Cheltuieli pentru investitii	32,377.90	5,000.00	5,000.00	5,000.00
2	Cheltuieli cu materii prime și materiale consumabile aferente activității desfășurate	15,035.00	20,000.00	25,000.00	30,000.00
3	Salarii (inclusiv cheltuielile aferente)	51,260.00	75,000.00	98,790.00	98,790.00
4	Chirii	18,992.40	19,000.00	19,000.00	19,000.00
6	Costuri funcționare birou				
7	Cheltuieli de marketing	26,775.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
8	Reparații/Întreținere				
9	Servicii cu terții (contabilitate, expertiza juridica, etc)	2,856.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
10	Alte tipuri de cheltuieli cu înregistrarea firmei	700.00			
C	Credite (1+2)	0.00	0.00	0.00	0.00
1	Rambursări rate de credit scadente				
2	Dobânzi și comisioane				
D	Plăți/încasări pentru impozite și taxe (1-2+3)	550.00	1,100.00	1,600.00	2,100.00
1	Plăți TVA				
2	Rambursări TVA				
3	Impozit pe profit/cifra de afaceri	550.00	1,100.00	1,600.00	2,100.00
E	Dividende				
F	Total utilizări numerar (B+C+D+E)	148,638.50	133,100.00	162,390.00	167,890.00
G	Flux net de lichidități (A-F)	54,357.80	-23,100.00	-2,390.00	42,110.00
II	Sold final disponibil (I+G)	54,557.80	31,457.80	29,067.80	71,177.80

Prezentați ipotezele de lucru pentru realizarea cashflow-ului.

Ipotezele de lucru avute în vederea realizării cashflow-ului:

- Venituri lunare - cresc progresiv, începând din anul 2 de funcționare cu aprox 50% față de anul precedent;
- Administratorul afacerii vine cu un aport de cca 700 de lei, în primul an pentru realizarea



activitatilor din planul de afaceri;

- *In primul an se incaseaza subventia de minimis - Transa I - 110.952,80 lei si Transa II - 36.890 lei, dupa ce afacerea a realizat o cifra de afaceri de aprox. 58.750 lei - venituri din vanzari;*
- *Afacerea va functiona ulterior reinvestind veniturile din vanzari in sustinerea activitatii;*
- *Salariile (inclusiv contributiile angajat si angajator) vor creste de la an la an in functie de activitatea firmei si de veniturile inregistrate;*
- *Numarul si valoarea comenzilor vor creste progresiv de la an la an, si asta se va reflecta in veniturile din vanzari. Se vor necesita materii prime si materiale mai multe, care vor fi achizitionate din veniturile din vanzari;*
- *Investitiile in campania de promovare se vor diminua dupa primul an si ulterior vor creste progresiv incepand cu anul 3 de exploatare a afacerii;*
- *Chiria si utilitatile nu se modifica pe perioada urmatoarelor 3 ani de activitate;*
- *Costurile cu contabilitatea vor creste datorita cresterii fluxului de activitate;*
- *Impozitul este pe cifra de afaceri - 1%;*

maxim 3000 caractere

NOTA:

- Mențiunile cu albastru, italic dintre paranteze sunt mențiuni ajutătoare. Acestea se vor înlocui cu informații relevante pentru completarea planului de afaceri.

- Anumite secțiuni au limitare de caractere, de urmărit marcajele cu roșu.

