



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

PLAN DE AFACERI

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

COD PROIECT - 106932

**Nume și Prenume Cursant
ARSENE IONELA**

- 2018 -



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

CUPRINS:

I.	Date generale de identificare	pg 4
II.	Descrierea afacerii si a strategiei de implementare a planului de afaceri	pg 4
2.1	Descrierea ideii de afaceri	pg 4
2.2	Viziune – Misiune – Valori	pg 5
2.3	Obiective	pg 5
2.4	Activitati	pg 6
2.5	Rezultate estimate/Indicatori	pg 8
2.6	Riscuri	pg 8
2.7	Teme secundare si CDI	pg 8
2.7.1	Dezvoltare durabila	pg 9
2.7.2	Tranzitia catre o economie cu emisii scazute de dioxid de carbon si eficienta din punctul de vedere al utilizarii resurselor.....	pg 9
2.7.3	Inovare sociala	pg 9
2.7.4	Utilizarea si calitatea TIC	pg 9
2.7.5	Cercetare, dezvoltare tehnologica si/sau inovare	pg 9
III.	Analiza SWOT a afacerii	pg 10
3.1	Punctele forte asociate afacerii.....	pg 10
3.2	Punctele slabe asociate afacerii	pg 10
3.3	Oportunitati identificate	pg 10
3.4	Amenintarile identificate	pg 10
IV.	Schema organizatorica si politica de resurse umane	pg 11
4.1	Locuri de munca create in perioada de implementare a planului de afaceri prezentat	pg 11
4.2	Locuri de munca create pentru persoane din grupuri vulnerabile in cf cu prevederile HG 799/2014	pg 11
4.3	Structura de personal	pg 11
4.4	Relatiile de munca	pg 12
4.5	Management si coordonare	pg 12
4.6	Recrutare personal	pg 12
4.7	Motivarea angajatilor	pg 12
4.8	Monitorizare si control	pg 13
4.9	Salarizarea personalului	pg 13
4.10	Dezvoltarea profesionala	pg 13
4.11	Egalitatea de sanse si nediscriminarea	pg 13
V.	Descrierea produselor sau a serviciilor care fac obiectul afacerii	pg 14
5.1	Prezentarea produselor sau a serviciilor	pg 14
5.2	Avantajele noilor produse sau servicii	pg 14
VI.	Analiza pietei de desfacere si a concurentei	pg 14
6.1	Piata de desfacere a produselor/serviciilor oferite	pg 14





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

6.2 Localizarea si marimea pietei de desfacere a produselor/serviciilor oferite	pg 15
6.3 Clienti potentiali	pg 15
6.4 Concurenta	pg 15
VII. Strategia de marketing	pg 16
7.1 Politica de produs	pg 16
7.2 Politica de pret	pg 16
7.3 Politica de distributie	pg 17
7.4 Politica de promovare	pg 17
VIII. Proiectii financiare privind afacerea	pg 17
8.1 Plan general de finantare a ideii de afaceri	pg 17
8.2 Bugetul proiectului	pg 18
8.3 Cash – flow	pg 18



UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale
2014-2020

I. DATE GENERALE DE IDENTIFICARE

1. Numele firmei:	MaxiMedia Performance	
2. Activitatea principală a societății și codul CAEN al activității principale (CAEN rev. 2):	(de respectat următorul format: XXXX (cod CAEN rev. 2) – Denumirea activității conform nomenclatorului CAEN rev. 2) 8559 – Alte forme de învățământ	
3. Capital Social:	200 RON	
4. Asociat majoritar:	Arsene Ionela	
5. Reprezentant legal:	Arsene Ionela	
6. Adresa:	Ploiesti	
7. Telefon:	0723.480.200	
8. E-mail:	Irina_arsene78@yahoo.com	
9. Asociați sau acționari:		
Numele și prenumele	Domiciliu	Ponderea în capital social
Arsene Ionela	Ploiesti	100%

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

II. DESCRIEREA AFACERII ȘI A STRATEGIEI DE IMPLEMENTARE A PLANULUI DE AFACERI

2.1 - Descrierea ideii de afaceri:

Afacerea are ca scop ridicarea modului de comunicare a persoanelor pe toate nivelurile (ierarhic superior, ierarhic inferior și același palier), dezvoltarea personală a acestora.

Programele noastre de dezvoltare personală, se numesc MasterMind-uri și sunt programe foarte complete și complexe, special concepute de John Maxwell, predate și implementate de către membrii săi certificați. Training, Teaching, Coaching. Programele pot fi personalizate în funcție de nevoile specifice ale grupului.

Un Mastermind este o combinație extraordinară între sesiuni de training, brainstorming și coaching de grup. Studiem și ne punem întrebări dintre cele mai potrivite, mai revelatoare. Nu are importanță la ce nivel se afla participantii. Important este că dezvoltarea, succesul, binele nu au limite! Metodele noastre fac minuni pentru că, în programele de dezvoltare personală și leadership am inclus și distracția autentică și pentru că am învățat și continuăm mereu să învățăm de la cei mai buni, și pentru că facem parte din cea mai mare organizație de leadership din lume, John Maxwell Team, organizație prezentă în peste 140 de țări și care are ca valori principale dezvoltarea oamenilor cu INTEGRITATE.

Această activitate se mulează foarte bine pe piața actuală, unde există o lipsă acută de personal, iar companiile trebuie să investească în motivarea și capacitatea personalului pentru fidelizarea acestuia.

Se observă o migrare foarte mare de personal și o instabilitate a acestuia. În acest context, companiile au probleme din ce





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

in ce mai mari in a-si asigura necesarul de personal pentru a onora comenzile.
Coachingul si trainingul de personal se pot face in grupuri restranse (circa 8 - 10 persoane/grup) sau unu la unu.
Modul de functionare este dupa cum urmeaza: Se prezinta oferta de servicii si cea comerciala departamentului de HR al companiilor, stabilind o intalnire ulterioara. In urma analizei detaliate a nevoilor clientului (numar personal, calificarea personalului, depistarea scurt-circuitelor in comunicare, etc), se stabileste un plan de actiune, care va fi comunicat beneficiarului.
Activitatea se va desfasura la sediul beneficiarului, prin formarea de grupe de lucru.
Este posibila in anumite cazuri, activitatea la sediul Furnizorului.
Durata unei sedinte este in medie de 1-1,5 ore, o data pe saptamana. Durata programului este variabila in functie de tipul de instruire, dar se incadreaza intre 10 si 12 saptamani.
Echipamentele necesare se compun din: calculator personal (laptop) cu programele aferente, imprimanta, copiator, video projector, camera video + suport, foi hartie, pixuri, markere.
Trebuie mentionat ca pentru acesta activitate, persoana care desfasoara activitatea este absolventa si certificata a programului John Maxwell Team, la toate nivelurile.
Ca si modalitati de plata, se emite factura in baza unui contract de prestari servicii, aceasta urmand a fi achitata pana la demararea activitatii.
Spatiul necesar este de minim un birou dotat cu mobilier de lucru (birou, dulap, 10 scaune, masa pentru intalniri,.....)
Sunt necesare urmatoarele dotari: conexiune la internet, telefonie fixa si mobila.

2.2 - Viziune - Misiune - Valori

VIZIUNE

Vrem să fim în permanență punctul de referință în consultanța de comunicare personal pentru toate companiile românești care caută cea mai potrivită direcție de acțiune, organizare și dezvoltare de succes în afacerea lor. Clienții noștri ne împărtășesc pasiunea de A REUȘI în propria afacere, bazându-se pe relații umane de calitate.

MISIUNE

Lucrăm alături de clienți, în parteneriat cu aceștia, pentru descoperirea de soluții eficiente, personalizate afacerii lor, integrate în cultură lor de organizație. Ne asigurăm că recomandările noastre sunt implementate corect și că rezultatele favorabile vor fi valabile și pe termen mediu și lung. Ne considerăm «incharge» pentru succesul proiectului pe durata acestuia cât și după finalizare, prin transferul eficient de cunoștințe și pregătirea clienților noștri pentru noi provocări.

VALORI

Integritate – Actionam cu integritate in fiecare interactiune pe care o avem, incluzand cuvintele, faptele, tranzactiile financiare, conduita, relatiile personale si relatiile de afaceri. Aceasta este calitatea numarul unu pentru a avea succes pe termen lung, pe a castiga increderea clientilor si a partenerilor.

Exelență- nu admitem să facem nici un compromis de la propunerea de valoare asumată, livrând cu experți în domeniu, la standarde de calitate ireproșabilă, căutând oportunități de îmbunătățire și păstrarea statutului de consultant de referință.

Disciplină- acționăm rapid și eficient, orientați către rezultat și onorarea promisiunilor făcute, având grijă să susținem alinierea organizației client la proiectul derulat.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Responsabilitate-suntem dedicați implementării soluțiilor propuse până la obținerea rezultatului scontat și susținem activ crearea în România a unei culturi de afaceri bazate pe creșteri sustenabile și dezvoltare sănătoasă.

Respect-aducem obiectivitate în intervențiile noastre și livrăm promisiunile asumate cu integritate, comportament etic și cu respect pentru specificul activității clientului și cultura sa de organizație.

Pasiune si orientare catre client - acționăm ca și cum afacerea clientului ar fi propria noastră afacere și ne implicăm alături de echipa lui în mod direct și consistent, construind parteneriate puternice și de durată cu clienții noștri.

2.3 - Obiective

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

- Deschiderea afacerii
- Marketing si promovare
- Customer service (fidelizarea clientilor prin cresterea gradului de satisfactie)
- Completarea si intruirea echipei de vanzari/traineri

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

- Consolidarea afacerii
- Pastrarea principiilor de la care porneste afacerea;
- Profitabilitate
- Dezvoltarea afacerii prin deschiderea de sucursale pe piata disponibila din Bucuresti.

2.3.3 – Obiective pe termen lung (peste 5 ani)

- Retentia si dezvoltarea angajatilor
- Dezvoltarea afacerii prin deschiderea de sucursale pe piata disponibila din tara.

2.4 - Activități

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

Activitatea 1	Inițiere firma
L1 Deschiderea afacerii	Inițiere firma: - se contacteaza firme specializate in aceasta activitate - se va infiinta firma



UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale
2014-2020

Activitatea 2	<i>Inchiriere spatiu de lucru</i>
L1 <i>Deschiderea afacerii</i>	Identificare spatii de lucru - se contacteaza firme de imobilarie, se consulta presa si anunturile de specialitate si se viziteaza potentialele imobile care corespund Se va identifica spatiul optim din punct de vedere buget - beneficii Se va incheia contractul de inchiriere pentru spatiu
Activitatea 3	<i>Achizitionarea de instrumente de lucru, materiale si utilitati</i>
L2 <i>Deschiderea afacerii</i>	Achizitie laptop, imprimanta, copiator, materiale de birotica, mobilier birou - se vor cere oferte si se vor alege cele optime din punct de vedere caracteristici-pret - se vor incheia contractele de achizitie Se vor achizitiona materialele consumabile necesare Se vor incheia contractele de furnizare pentru utilitati
Activitatea 4	<i>Angajarea personalului</i>
L 2 <i>Completare echipa si intruirea echipei de vanzari/traineri</i>	Elaborarea fiselor de post si definirea exacta a profilurilor profesionale necesare Recrutarea personalului necesar Incheierea contractelor de munca Derularea unui training de inductie pentru personalul angajat
Activitatea 5	<i>Desfasurarea activitatilor de formare si coaching</i>
L2 - L12 <i>Marketing si promovare</i>	Studiu de piata pentru identificarea potentialilor clienti locali si a analizei ofertei de servicii similare din partea concurentei Executie materiale publicitare, carti de vizita, pliante, Se va achizitiona un domeniu web si se va incheia un contract de dezvoltare pagina web cu un furnizor specializat Se va crea o pagina de Facebook a afacerii prin intermediul careia se va face promovare pe FB Se vor desfasura activitati de marketing, promovare online si off line
Activitatea 6	<i>Desfasurarea activitatilor de formare si coaching</i>
L3-L12 <i>Customer service (fidelizarea clientilor prin cresterea gradului de satisfactie)</i>	Incheierea unui contract de furnizare de servicii cu un client relevant Desfasurarea activitatilor de coaching si training conform contractului incheiat astfel incat sa raspunda necesitatii acestui client Culegerea de feed-back de la client fata de serviciile oferite si adaptarea acestor servicii pe parcurs conform necesitatilor transmise de client
Activitatea 7	<i>Desfasurarea activitatilor de formare si coaching - consolidarea afacerii</i>
L 10 si peste	Incheierea contractelor de furnizare de servicii cu clientii Desfasurarea activitatilor de coaching si training conform contractelor incheiate astfel incat sa raspunda necesitatii clientilor Culegerea de feed-back de la clienti fata de serviciile oferite si armonizarea serviciilor conform acestuia Adoptarea de masuri de fidelizare a clientilor, prin oferirea de pachete de servicii personalizate in functie de necesitatile obiective identificate impreuna cu acestia

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

Scopul este de a crea o echipa cat mai unita si la un nivel numeric optim.
Pe termen mediu, noii membri ai echipei vor fi instruiti in acest domeniu, urmand ca in pasul final sa absolve cursurile JMT Romania.
Toti membrii echipei desfasura in final aceeasi activitate, fiecare generand venituri.
Vectorul principal il reprezinta gradul de satisfactie al clientilor, rezultatele obtinute si de aici, implicit recomandarile acestora catre alti clienti.

Pe termen lung, ne dorim adaugarea de activitati complementare, generatoare de servicii si venituri cum sunt:
Activitati de recrutare personal si activitati de teambuilding.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Cu transa a doua se vor achizitiona materiale suplimentare si se vor plati salarii si chirie.

2.5 - Rezultate estimate / Indicatori

Rezultat 1	Iniintarea firmei – Activitatea 1
Rezultat 2	Inchirierea unui spatiu de activitate corespunzator – Activitatea 2
Rezultat 3	Dotarea firmei cu tot necesarul logistic pentru desfasurarea activitatii – Activitatea 3
Rezultat 4	Achizitie materiale consumabile – Activitatea 3
Rezultat 5	Incheierea contractelor de furnizare utilitati – Activitatea 3
Rezultat 6	Completare echipa cu o persoana – Activitatea 4
Rezultat 7	Executie materiale promotionale - carti de vizita, pliante, etc. – Activitatea 5
Rezultat 8	Incheiere studiu de piata si lista potentiali clienti – Activitatea 5
Rezultat 9	Incheiere minim a unui contract de furnizare servicii cu un client – Activitatea 6
Rezultat 9	Derularea contractului si culegerea de feedback – Activitatea 6
Rezultat 10	Incheiere contracte – Activitatea 7

!!! Nu se punctează numărul rezultatelor estimate.

2.6 - Riscuri

Nr. Crt.	Risc identificat	Măsuri / Modalități de atenuare a riscurilor
1.	<i>(Se va completa fiecare dintre riscurile identificate precizând impactul fiecărui risc identificat (semnificativ / mediu / mic) și probabilitatea de apariție (scăzută / medie / mare).)</i>	<i>(Se vor descrie măsurile de diminuare / remediere pentru fiecare dintre riscurile identificate.)</i>
2.	Riscul politic si legislativ	Anticipand riscul politic si legislativ, voi incheia contracte atat cu firma specializata de asistenta juridica cat si cu o firma de contabilitate.
3.	Riscul scaderii fortei de munca	Crearea unei baze de date cu candidati potriviti; Incheierea de contract de colaborarea cu o firma de plasare forta de munca.
4.	Riscul social - calamitati	Incheierea de contract cu firma de asigurari

!!! 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.)



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

2.7.1 - Dezvoltare Durabilă

Aceasta activitate este de prestari servicii. In urma acestor servicii, de dezvoltare personala, si profesionala, va creste gradul de constientizare a propriului potential, in randul tuturor celor care au participat la aceste programe de training si coaching. Concret, se va urmari obtinerea urmatoarelor rezultate in randul participantilor: eliminarea blocajelor, stabilirea si atingerea obiectivelor; gestionarea emotiilor in situatii delicate, conflictuale sau stresante la care sunt supusi. Toate acestea vor duce la o dezvoltare durabila a societatilor pe termen lung.

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

Prin ridicarea nivelului de constientizare la toate nivelurile ierarhice din cadrul clientilor, un rezultat va fi si cresterea gradului de economisire, intrucat oamenii vor fi informati ca, atat cat compania va prospera le va fi si lor bine. Prin economisire se va reduce atat consumul electric cat si la incalzire, ceea ce conduce la o eficienta mai mare din punct de vedere al resurselor. Prin aceste programe se aduce in prim plan ideea ca bunastarea companiei duce la bunastarea lor printr-un mod de lucru mai eficient bazat pe economisirea resurselor si eficientizarea proceselor. Se vor aborda teme ca respectarea mediului, mod de viata cu consum redus de energie, promovarea principiului celor **3R** (reciclare - reutilizare - regenerare) ca stil de viata cat si generator de beneficii sociale.

Pentru a proteja mediul inconjurator si a reduce costurile, m-am gandit sa colectam hartia si sa incheiem un contract cu o firma de colectare deseuri.

2.7.3 – Inovare Socială

Avand in vedere ca este o firma de furnizare de servicii de dezvoltare personala si profesionala, este, automat, un formator de atitudine sociala, un vector de educare sociala a parintilor si copiilor in scopul unei educatii de tipul invatare reciproca copii - parinti. Se va merge catre valorile sociale pentru o stabilitate familiala. Pot exista module pentru incluziune sociala.

Implementarea de programe de dezvoltare personala pentru adolescenti folosind ca vector unitatile scolare, prin parteneriate intre firme si entitatile educationale.

2.7.4 – Utilizarea si 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.)

Intregul personal al firmei va fi utilizator al TIC si se va urmari atestarea personalului ECDL, aceasta fiind si o forma de motivare pentru acestia.

In programele de dezvoltare personala si profesionala, vor fi abordate teme ca: brandingul personal pe retelele sociale, ce trebuie si ce nu postat pe retelele sociale, retelele sociale ca vector de recrutare de personal si element de definire si validare a viitorului angajat.

De asemenea prin instrumentul TIC cum ar fi retea sociala Facebook, site-ul afacerii, se va urmari promovarea acestui business.

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.)



UNIUNEA EUROPEANĂ



Se vor face fișe de monitorizare individuale și statistica a clienților în vederea definirii tipologiilor de client, fapt ce va permite îmbunătățirea tehnicilor de predare pe termen lung. Acestea se vor face atât prin feedback cât și prin fișe statistice, lucru care va permite și formularea de recomandări din partea clienților.

III. 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

- Concurența foarte scăzută
- Nivel crescut al cererii de forță de muncă și al fidelizării angajaților
- Slabă educație privind comunicarea în mediul de învățământ
- Instruire la nivel maxim în această activitate a managerului
- Experiența în lucrul cu oamenii a managerului

3.2. Punctele slabe asociate afacerii

- Clienții ținuți nu au cunoștințe cu privire la tipurile de training oferite, ceea ce poate însemna cost și efort suplimentar.
- Costuri relativ ridicate ale trainingurilor.
- Reticența clienților în a scoate oamenii din timpul activității de producție pentru a-i trimite la cursuri de dezvoltare profesională poate genera un efort suplimentar pentru a-i convinge.

3.3. Oportunitățile identificate

- Deschiderea și orientarea tot mai mare a oamenilor către self development și self discipline;
- Migrarea masivă a forței de muncă
- Lipsa acută de forță de muncă și necesitatea fidelizării acestora
- Concurența foarte scăzută în acest domeniu
- Necesitatea de comunicare superioară în cadrul personalului unei companii pentru rezultate superioare.
- Lipsa acestor tipuri de instruire în educația școlară

3.4. Amenințările identificate

- Lipsa unei culturi a antreprenorilor în acest sens
- Reticența antreprenorilor în a investi în ceva care nu poate fi cuantificabil direct
- Retinerea oamenilor de a schimba ceva la ei
- Slabă informare privind beneficiile acestor tipuri de training

IV. 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):

- administrator - 1 post
 - asistent manager - 1 post
 - colaboratori - pentru situatiile in care numarul de traininguri creste si este necesar sa fie onorate toate contractele.

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
Administrator Cod COR – 242111	<ul style="list-style-type: none"> - infiinteaza societatea comerciala - angajeaza personal - se ocupa de activitati de marketing - intocmeste oferte - are intalniri cu potentiali clienti - desfasoara activitati de coaching - supravegheaza contabilitatea firmei; - emite decizii cu privire la buna desfasurare a activitatii din unitate; - se ocupa de eventuale avize/autorizatii 	<ul style="list-style-type: none"> - studii superioare - minim 5 ani vechime in munca - membru certificat JMT Romania 	<ul style="list-style-type: none"> - minim 1 an lucru in relatii directe cu oamenii - absolvent de cursuri dezvoltare personala si coaching JMT
Asistent Manager Cod COR - 33403	<ul style="list-style-type: none"> - se ocupa cu corespondenta - tine legatura cu clienti - furnizori - comunica cu persoanele implicate in realizarea contractelor; - pregateste materiale pentru traininguri. 	<ul style="list-style-type: none"> - Studii medii 	<ul style="list-style-type: none"> - minim 1 an vechime in relatii directe cu oamenii
Colaboratori (personal sursa atrasa)	<ul style="list-style-type: none"> - Desfasoara activitati de training, reprezentand cu integritate firma; 	<ul style="list-style-type: none"> - studii superioare 	<ul style="list-style-type: none"> - experienta in activitati de predare traininguri de dezvoltare personala



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

4.4 – Relațiile de muncă

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

Asistent Managerul este subordonat Directorului General

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.)

Firma se conduce prin relationarea eficienta cu clientii. Se stabilesc obiectivele generale si personale (indicatori de performanta) ale firmei si se monitorizeaza lunar si semestrial gradul de realizare a acestora.

Elaborareaza bugetul de venituri si cheltuieli.

Identifica oportunitati de afaceri prin monitorizarea pietei si analizarea oportunitatilor din mediul de afaceri;

Reprezinta firma in relatiile cu furnizorii, clientii si alte organizatii care au un impact/potential real asupra firmei, asigurand, in acelasi timp, o imagine buna, a firmei pe piata.

Asumarea responsabilitatilor in relatia cu autoritatile.

Stabileste continuu cai de colaborare si decide parteneriate strategice.

Dezvolta relatii pozitive atat cu personalul firmei cat si cu colaboratorii in vederea motivarii si a cresterii gradului de implicare in activitatea firmei.

B. POLITICA DE RESURSE UMANE

4.6 – Recrutare personal

Recrutarea personalului se va face direct sau prin intermediul unei firme de recrutare personal.

Se va pune la dispozitie fisa postului cu atributiile acestuia, se vor da anunturi, se va organiza sesiune de interviuri.

Recrutare: anunt angajare + depunere cv-uri;

Selectie: evaluarea cv-urilor, selectarea acestora in vederea interievării candidatilor si informarea persoanelor ce vor participa la interviu;

Intervievarea candidatilor;

Angajarea candidatilor potriviti.

4.7 – Motivarea angajaților

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

Angajatii vor avea un salariu lunar fix platit in data stabilita si bunuri de masa.

Angajatilor li se va pune la dispozitie telefon mobil.

Directorul general va avea la dispozitie o masina cu cheltuielile suportate de societate (combustibil, chirie/rate, reparatii)

La depasirea unui anumit nivel de performanta, stabilit de la inceput, se vor acorda bonusuri de performanta.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Încă de la început, angajaților li se vor satisface cele trei noi principale cu privire la locul de muncă: **SIGURANȚA, RECUNOASTERE și APARTANENȚA.**

Siguranța, protecția și confortul din partea companiei, le vor simți atunci când angajatul aflându-se într-o situație care îl face să se simtă amenințat este încurajat și susținut prin cuvinte.

Nevoia de recunoaștere este satisfăcută atunci când angajatului i se recunosc meritele, când este laudat pentru rezultatele muncii lui.

Oamenilor le place să aibă sentimentul că aparțin unei echipe, le place să lucreze în armonie și să colaboreze cu alții. De aceea suntem mereu în căutare de modalități prin care să creștem în rândul angajaților sentimente de bucurie, satisfacție și dorința de colaborare. Prin organizarea de ieșiri în grup, petreceri, reuniuni vom reuși să satisfacem dorința de apartenență către care tinde orice angajat.

Pe lângă acestea, ei vor participa la cursuri de perfecționare și vor face jocuri de rol, în vederea dezvoltării inteligenței emoționale și a îmbunătățirii relațiilor interumane.

Vor avea și bonusuri pentru încheierea de contracte cu corporații, care va consta în procent din suma totală negociată.

4.8 – Monitorizare și control

Monitorizarea angajaților se va face prin observare directă, fișe de pontaj și condica de prezență.

În faza de început, monitorizarea va avea ca obiect încadrarea în bugetul și termenii stabilite pentru înființarea firmei, închiriere spațiu, dotare.

În următoarele faze, monitorizarea are ca scop pe de o parte activitatea comercială (rezultate) iar pe de altă parte satisfacția clienților (pe baza unui formular de evaluare)

4.9 – Salarizarea personalului

(Vă rugăm să 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).

Angajații vor avea un salariu lunar fix plătit în data stabilită.

Pe lângă salariul fix vor avea comision și bonusuri financiare și non-financiare.

4.10 – Dezvoltarea profesională

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

Administratorul:

- va participa anual la acțiunile JMT Romania (John Maxwell Team Romania), cea mai mare organizație de leadership din lume, prezentă în peste 140 de țări, la un nivel incredibil de performant.

Asistent Manager

- va fi ajutat să participe la cursurile JMT și la absolvirea acestora (nivelul 1)

- va fi ajutat să participe la cursurile JMT și la absolvirea acestora (nivelul 2)

- va participa la ședințele de training predate clienților

4.11 – Egalitatea de șanse și nediscriminarea

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

Nu se vor face discrimări de rasă sau sex în alegerea persoanelor pentru posturile descrise în proiect.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

V. DESCRIEREA PRODUSELOR / SERVICIILOR CARE FAC OBIECTUL AFACERII

5.1 - Prezentarea produselor / serviciilor

Programele de instruire oferite sunt variate:

Masterind de grup – metode de comunicare și de vânzări. Un Mastermind este o combinație extraordinară între sesiuni de training, brainstorming și coaching de grup. Studiem și ne punem întrebări dintre cele mai potrivite, mai revelatoare. Iată pe scurt doar 8 dintre programele de MasterMind, create de John Maxwell în 40 de ani de experiență în lucrul cu importanți lideri și cu marile companii sau organizații din întreaga lume, programe mereu actualizate, îmbogățite, eficiente:

1. Curs de Excelență în Leadership
2. Toți Comunicăm, Puțini Ne Conectăm (Puțini Stabilim Relații)
3. Abilitățile Emoționale - Cei Mai Buni Predictorii de Performanță
4. Succes R.E.A.L. - Relații, Echipă, Atitudine, Lideri
5. Cele 15 Legi ale Dezvoltării Personale
6. Descoperă-ți și Împlinește-ți Visul Personal
7. Devino o Persoană cu Influență Reală și Integră
8. Tineri la Maxim (program dedicat adolescenților din licee)

Plus alte programe strict personalizate, multule pe valorile și nevoile concrete ale grupului, echipei, companiei.

Coaching unul la unul sau de grup. Coaching-ul facilitează găsirea propriilor și celor mai bune soluții. Coachingul ajută individul să devină cea mai de succes versiune a sa, prin adresarea celor mai provocatoare întrebări. Coachingul ajută resursele umane să descopere potențial acolo unde un angajat, un manager sau un antreprenor crede că nu mai e nimic de făcut, că are suficientă experiență și știe că nu mai există soluții practice.

Aceste servicii vor ajuta la dezvoltarea personală și profesională a indivizilor și a companiilor.

5.2 - Avantajele noilor produse / servicii

Avantajul major este apartenența la cea mai puternică, mare și integrată organizație de leadership din lume, John Maxwell Team, care furnizează continuu cele mai bune și eficiente programe de dezvoltare personală și leadership.

Concurența la nivel național este relativ mică, iar la nivel local aproape inexistentă, ceea ce prezintă un avantaj din startul afacerii. Preturile sunt mai mici decât ale concurenței. Se intenționează crearea unor pachete pentru fidelizarea clienților.

O altă abordare este de a avea contracte de colaborare cu firme de recrutare pentru a oferi servicii complete și complementare. Modul de lucru abordat este atât la nivel de teorie și discuții directe, cât și de jocuri interactive cu impact puternic asupra participanților.

VI. ANALIZA PIETEI DE DESFACERE ȘI A CONCURENȚEI

6.1 – Piața de desfacere a produselor / serviciilor oferite

Piața este compusă practic din toate companiile active în piața în toate domeniile de activitate.

Se adresează în special acelor companii care se confruntă cu mari fluctuații de personal, cu lipsa de personal, cât și acelor care doresc să își fidelizeze angajații.

Prin programele propuse de noi se dorește a crește gradul de constientizare a propriului potențial, la toate nivelurile ierarhice, și eficientizarea comunicării și a relațiilor interumane, pentru a putea conduce la rezultate superioare în activitatea pe care o desfășoară.

Succesul în orice domeniu presupune mai întâi stabilirea de relații. Iar asta implică o cât mai bună comunicare cu ceilalți; o comunicare care să treacă dincolo de cuvinte. Comunicarea și relaționarea eficientă, pro-activă, reprezintă o necesitate în orice domeniu. Companiile vor dori să achiziționeze pachetele noastre de servicii de training și dezvoltare personală.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

pentru a-si imbunatati la randul lor calitatea serviciilor si a produselor si, prin asta, gradul de satisfactie al propriilor clienti si angajati.

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

Piata careia ne adresam este atat la nivel regional cat si national.
La nivel regional, potentialul pietei este de circa 200 companii, cu un potential de cumparare de 400.000 EUR
La nivel national, potentialul pietei este de circa 5000 companii, cu un potential de cumparare de 10.000.000 EUR

6.3. Clienți potențiali

Clienții potențiali îi reprezintă atât companiile, cât și persoanele fizice.
Profilul companiei, ca potențial client este după cum urmează:
- activități de producție, comerț, prestări servicii;
- vechime în piață de minim 1 an
- are minim 4 salariați cu program întreg
- are fluctuații de personal sau dorește fidelizarea angajaților

Profilul clientului persoană fizică este după cum urmează:
- studii medii sau superioare
- dorește o comunicare mai bună în relațiile cu alte persoane
- dorește o îmbunătățire a imaginii despre sine
- dorește să îmbunătățească anumite trăsături de caracter
- își dorește rezultate mai bune într-un domeniu.

6.4. Concurența

La nivel national:
Cifra de afaceri: 275,5 mil RON
857 companii
1244 angajati
Profit: 34,5 mil. RON

BERLIN-CHEMIE A.MENARINI SRL-62.485.229 RON
GRAFITTI PUBLIC RELATION SRL -22.763.135 RON
SMARTPOINT CONSULTING SRL -15.466.955 RON
GMP PUBLIC RELATIONS SRL-9.843.485 RON
GAD ASSET MANAGEMENT SRL - 9.745.045 RON
OXIGEN PUBLIC RELATION SRL-7.592.152 RON
INSPIRE THROUGH SRL- 6410.643 RON
BRD ASSOCIATES COMMUNICATION GROUP SRL-3.914.122 RON
DC COMMUNICATION SRL- 4.126.655 RON
OAMENI SI COMPANII SRL- 3.496 853 RON
AS TRAINING & COACHING SRL - 2.015.068 RON

La nivel regional:
Cifra de afaceri: 713.664 RON
18 companii
8 angajati
Profit: 219.884 RON

ADVERT MARKETING SRL -204.019 RON
LIVIVUS PR AND A CONSULTING-172.856 RON
GILDCONSULTING SRL- 114.415 RON
ADDO INTERLANCE SRL-100.567 RON





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

DASER RESOURCES CONSULTING SRL-59.155 RON
POE CONSULT SRL-41,833 RON
SPIN MANAGEMENT SRL- 9000 RON
ARCA NOSTRUM SRL- 6353 RON
ALTGEN SRL-3000 RON

Se observa ca firmele la nivel regional au rezultate mult inferioare fata de nivelul national, ceea ce rezulta o lipsa a ofertei si a seriozitatii in acest domeniu.

VII. STRATEGIA DE MARKETING

7.1. Politica de produs

Politica de produs:

Un Mastermind este o combinație extraordinară între sesiuni de training, brainstorming și coaching de grup. Studiem și ne punem întrebări dintre cele mai potrivite, mai revelatoare.

Iată pe scurt doar 8 dintre programele de MasterMind, create de John Maxwell în 40 de ani de experiență în lucrul cu importanți lideri și cu marile companii sau organizații din întreaga lume, programe mereu actualizate, îmbogățite, eficiente:

1. Curs de Excelență în Leadership
2. Toți Comunicăm, Puțini Ne Conectăm (Puțini Stabilim Relații)
3. Abilitățile Emoționale - Cei Mai Buni Predictorii de Performanță
4. Succes R.E.A.L. - Relații, Echipă, Atitudine, Lideri
5. Cele 15 Legi ale Dezvoltării Personale
6. Descoperă-ți și Împlinește-ți Visul Personal
7. Devino o Persoană cu Influență Reală și Integă
8. Tineri la Maxim (program dedicat adolescenților din licee)

Plus alte programe strict personalizate, mulate pe valorile și nevoile concrete ale grupului, echipei, companiei.

Coordonatele unui program de MasterMind:

-Fiecare MasterMind se întinde pe durata mai multor întâlniri săptămânale de grup (între 8 și 12 ședințe).

-O întâlnire are 120 de minute.

-Fiecare grup e format din 8 până la 15 persoane.

-Eficiența crescută se datorează în mare măsură elementului de coaching de grup și perioadei în care schimbarea este provocată, urmărită, ajustată, până la cea mai bună variantă a sa.

Coaching unul la unul sau de grup. Coaching-ul facilitează găsirea propriilor și celor mai bune soluții. Coachingul ajută individul să devină cea mai de succes versiune a sa, prin adresarea celor mai provocatoare întrebări. Coachingul ajută resursele umane să descopere potențial acolo unde un angajat, un manager sau un antreprenor crede că nu mai e nimic de făcut, că are suficientă experiență și știe că nu mai există soluții practice.

7.2. Politica de preț

Pretul va fi personalizat pentru fiecare client și adaptat nevoilor specifice ale acestuia.

Se vor oferi și pachete complete cu discounturi, oferite clienților captivi.

Se va adopta o politică de preț pentru a pătrunde și a castiga o cotă de piață.

Pretul este mai mic decât al concurenței pentru a putea pătrunde pe piață, iar nivelul serviciilor oferite este la același nivel.



UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale
2014-2020

7.3. Politica de distribuție

Adresabilitatea va fi directă - business to business.

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.)

Pentru o bună promovare se vor desfășura următoarele acțiuni:

- Se va deschide o pagină de internet a societății prin care se prezintă produsele cu beneficiile acestora.
- Se vor trimite oferte personalizate către companii, în urma selectării acestora.
- Se vor stabili întâlniri în urma cărora vom identifica nevoile companiei, urmând să oferim cele mai bune soluții/ programe de training;
- Va fi targetată o anumită tipologie de clienți care au aceste tipuri de necesități, în special care sunt deschiși, curioși și orientați către dezvoltarea propriilor resurse umane;
- Se va face promovare on line pe facebook cu criterii de adresabilitate și pe arie geografică.
- Se vor face și se vor distribui flyere, pliante de marketing;
- Se vor posta bannere pe site-uri;
- Se vor organiza conferințe

VIII. PROIECȚII FINANCIARE PRIVIND AFACEREA

(Proiecțiile financiare se vor completa în excel.)

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
Calculator	5000	0	5000
Imprimanta + scanner+copiator	1800	0	1800
Mobilier birou (duplap, 5 scaune, birou, masa,)	3200	0	3200
Chirie	33500	0	33500
Salarii	64600	32609	97208
Cheltuieli de marketing	1500	2000	3500
Servicii cu terți (înființare firma, contabilitate)	1400	1400	2800
TOTAL PROIECT	111000	36009	147009

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





UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale
2014-2020

8.2. Bugetul proiectului

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

8.3. Cashflow - Proiecții Financiare

Nr. crt.	Explicații	ANUL I	ANUL II	ANUL III	ANUL IV
I	Sold inițial disponibil (casă și bancă)	0	11	1443	5571
A	Intrări de lichidități (1+2+3+4)	157.000	157.000	170.000	180.000
1	din vânzări	46.000	120.000	170.000	180.000
2	din credite primite	0	0	0	0
3	alte intrări de numerar (aport propriu, etc.)	0	0	0	0
4	Subvenție de minimis	111.000	37.000	0	0
	Total disponibil (I+A)	146.000	156.911	171443	
B	Cheltuieli	153.609	150.772	160.772	166.800
1	Cheltuieli pentru investiții	10.000	0	0	0
2	Cheltuieli cu materii prime și materiale consumabile aferente activității desfășurate	500	500	500	500
3	Salarii (inclusiv contribuțiile aferente)	97.209	109.872	119.872	123.500
4	Chirii	33.500	33.500	33.500	33.500
5	Utilități	1.600	1.600	1.600	1.600
6	Costuri funcționare birou	1.500	1.500	1.600	1.600
7	Cheltuieli de marketing	3.500	500	500	1800
8	Reparații/Întreținere	1000	1000	1000	1500
9	Servicii cu terții (contabilitate, expertiză juridică, etc.)	2.800	1800	1800	1800
10	Alte cheltuieli.....	1.000	1000	1000	1000
C	Credite (1+2)	0	0	0	0
1	Rambursări rate de credit scadente	0	0	0	0
2	Dobânzi și comisioane	0	0	0	0
D	Plăți/încasări pentru impozite și taxe (1-2+3)	4380	4707	5100	5400
1	Plăți TVA	0	0	0	0
2	Rambursări TVA	0	0	0	0
3	Impozit pe profit/cifra de afaceri	4380	4707	5100	5400
E	Dividende	0	0	0	0



UNIUNEA EUROPEANĂ

Instrumente Structurale
2014-2020

F	Total utilizări numerar (B+C+D+E)	156.489	155.479	165.872	172.200
G	Flux net de lichidități (A-F)	11	1432	4128	7800
II	Sold final disponibil (I+G)	11	1443	5571	11.928

Prezentați ipotezele de lucru pe care s-a bazat realizarea cashflow-ului.

Exemplu: Ipotezele de lucru:

- 1) Venituri lunare – cresc progresiv, începând din anul 2 de funcționare
- 2) Proprietarul afacerii nu vine cu aport
- 3) În primul an obține 75% din subvenție și în al doilea an obține 25% din subvenție, după atingerea unei cifre de afaceri de peste 9.000 de Euro (echivalent în lei) în primele 12 luni
- 4) Afacerea funcționează, aducând venituri din al doilea an de funcționare
- 5) Salariile, chiria și utilitățile nu se modifică pe perioada următorilor 3 ani de proiect
- 6) sistemul de impozitare specific IMM (cifra de afaceri)
- 7) Salariile sunt prezentate sub forma de cost total (salariu net, contribuții angajat, contribuții angajator)
- 8) Firma nu este platitoare de TVA

NOTA:

- Vă rugăm să exemplificați în secțiunile planului de afaceri, acolo unde este cazul, ce v-ați propus să realizați cu a II-a tranșă de bani din subvenția de minimis din proiect.

ARSENE IONELA