

Startup pentru startup

De ce ai nevoie pentru a lansa un business?

Viziune - Echipa - Idee

Ce este o oportunitate?

A. Ingredientele necesare pentru lansarea cu succes a unei afaceri

- Ingredientele necesare pentru lansarea unui business cu succes sunt:
 1. **Viziunea** de business puternică
 2. O **echipă** inovativă și de încredere
 3. **Ideea de business** care trebuie neapărat să aibă un element de **inovație**
- Este important să îți minte că și **ordinea** acestor ingrediente este o condiție de succes: pleacă de la viziune, continuă cu echipa și apoi, împreună cu ea, rafinează (sau poate chiar schimbă) ideea
- Vorbim aici doar de elementele **necesare** dar nu și **suficiente** pentru succesul unei afaceri. Până acum nimeni, nici o carte de business, și nici un manual de afaceri nu a reușit să găsească această formulă.
- Pentru tine este important să ai o viziune clară care să-ți spună **CE să faci**. Cărțile și consultanții de business îți pot spune doar **CUM să faci mai bine** ceea ce vrei să faci.

a. VIZIUNEA

1. Cum îți definești **viziunea de business** (răspunde la întrebările de mai jos):

1. Ce vrei să se spună despre afacerea ta peste 10 ani?

Cuvinte cheie:

2. Ce valoare vrei să aduci clienților tăi?

Cuvinte cheie:

3. Ce nevoie a clienților tăi vrei să o îndeplinești?

Cuvinte cheie:

Scrive acum viziunea ta (rapid, fără să te gândești mult la formulare; o vei face apoi):

(viziunea ta)

Razvan Nicoara

LIVING STRATEGY

b. ECHIPA

Cum îți găsești **echipa** cu care poți pleca la drum?

1. Oameni în care ai încredere și care au încredere în tine
2. Oameni care sunt atrași de viziunea ta
3. Oameni cu care să te "poți certa" în siguranță

(echipa ta)

- vorbește cu oamenii pe care îi identifici
- vorbește despre viziune și nu despre idee, despre nevoile pe care vrei să le satisfaci și nu despre investiții etc
- invită-i nu să facă parte dintr-o firmă ci să participe la un proiect la capătul căruia se va naște o firmă

c. IDEEA

Care este **ideea** afacerii tale?

(discută împreună cu echipa ta idea de afacere)

(pune fiecare idee în coloana pe verticală și verifică cât de bine aliniată este fiecare idee de business la **viziunea ta**)

	Ideea noastră răspunde NEVOII clienților pe care am definit-o în viziune?	Ideea noastră aduce clienților VALOAREA pe care am definit-o în viziune?	Avem COMPETENȚE pentru a pune în practică ideea noastră?
Idee 1:			
Idee 2:			
Idee 3:			
Idee 4:			

- discutați fiecare idee împreună
- dați-vă voie să aveți idei "proaste" (adesea, ceea ce credeți la prima vedere că este o idee "proastă", poate fi o idee inovativă)
- vorbește despre viziune și nu despre idee, despre nevoile pe care vrei să le satisfaci și nu despre investiții etc
- invită-i nu să facă parte dintr-o firmă ci să participe la un proiect la capătul căruia se va naște o firmă

B. Ce înseamnă oportunitate reală pentru business-ul tău?

- Oportunitate are ca sens etimologic activitatea de a identifica portul și dat îndreptat spre el cu corabia (*ob portum veniens* "coming toward a port," legat de "vânt", from *ob* "in front of; toward" (see **ob-**) + *portus* "harbor")
- Oportunitățile sunt de fapt acele situații care te ajută să-ți îndeplinești mai bine și mai repede viziunea ta
- Dacă nu este în relație cu viziunea și cu misiunea companiei tale practic nu este o oportunitate
- Oportunitățile nu sunt "ocazii" care vin din afară, care sunt independente de tine; sunt situații pe care le poți controla într-o anumită măsură (de exemplu un curs valutar bun nu este o oportunitate ci doar o ocazie; în schimb un proiect propus de un partener în care te poți implica și la care îți poți aduce o contribuție poate fi o oportunitate). Tocmai de aceea se spune că cele mai bune oportunități sunt cele pe care ți le crezi singur

Cum identifici o **oportunitate** autentică, reală?

1. Definește oportunitatea în termeni de Acțiune + Beneficiar + Valoare

(ex: un client m-a sunat și mi-a propus să îi fac o campanie de marketing pentru un anumit buget; oportunitatea pentru mine va fi "Să fac o campanie de marketing + Client 1 + Buget")

2. Pune-ți următoarele întrebări:

- a. Clientul este cel pe care l-am definit în viziune (prin descrierea nevoilor și valorilor pe care le dorește)
 - b. Îi pot oferi valoarea pe care mi-am definit-o în viziune?
 - c. Am competențele de a-i oferi această valoare?
- Aceste elemente sunt minime necesare pentru a defini dacă oportunitate este sau nu autentică. Clientul, valoarea pe care ofer, competențele pe care le am să fie aliniate cu ceea ce mi-am definit eu în obiectivele firmei mele.
 - Prețul pe care îl pot lua de la client și resursele de care am nevoie ca să-i ofer serviciul sau produsul sunt detalii suplimentare în funcție de care voi decide dacă oportunitatea este sau nu atractivă.
 - Ca regulă generală: niciodată un preț nu poate fi în sine o oportunitate.

(definește aici 3 oportunități pe modelul Acțiune + Beneficiar + Valoare)