



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 3 „Locuri de muncă pentru toți”

Obiectivul tematic 3.7 „Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor de profil non-agricol din zona urbană”

Titlul proiectului: “**PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) – pentru regiunea Centru**”,

Contract nr. POCU82/3/7/104254

*Dezvoltarea componentelor planului de afaceri. Vademecum pentru activitatea de formare*

## Secțiunea din Anexa 1. Plan de afaceri<sup>1</sup>:

### 7. ANALIZA PIEȚEI DE DESFACERE ȘI A CONCURENȚEI

#### Surse de informare:

1) *Ghid antreprenoriat.* (2011). Chișinău: Universitatea Tehnică a Moldovei. Centrul de consultanță în afaceri și management. Disponibil on-line la adresa:  
[http://caam.utm.md/Ghid\\_Antreprenoriat](http://caam.utm.md/Ghid_Antreprenoriat)

#### *4. Analiza pieței* (pp.198-202)

Extras:

*“Pilonii fundamentali pentru determinarea veniturilor viitoare sunt:*

- analiza pieței actuale;*
- analiza modului în care a evoluat aceasta în trecut;*
- previziunea evoluției pieței;*
- stabilirea clienților potențiali”.*

---

<sup>1</sup> Disponibil la: <http://www.profitantreprenor.ro/selec-ie-planuri.html>



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 3 „Locuri de muncă pentru toți”

Obiectivul tematic 3.7 „Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor de profil non-agricol din zona urbană”

Titlul proiectului: “**PROMotorii Firmei Tale (PROFIT) – pentru regiunea Centru**”,

Contract nr. POCU82/3/7/104254

2) Manolache, Loredana Iuliana. (2015). *Manual antreprenoriat*. Proiectul POS DRU “Sistem integrat de creștere a ocupabilității. Bacău: Municipiul Bacău și AJOFM Satu-Mare. Disponibil online la adresa: <http://files.vladac-uvab.webnode.ro/200000363-52160530fe/manual-antreprenoriat-iulie%202015.pdf>

Extras (p.20):

### “3.2 Mediul de marketing

*Există două tipuri de concurenți care trebuie analizați diferit și față de care trebuie să se adopte strategii de marketing diferite. - Concurenții direcți, mai ușor de identificați, sunt cei care satisfac aceleași nevoi ale consumatorilor și sunt percepuți de aceștia ca alternative. Lupta cu aceștia este în general costisitoare și, de aceea, pe termen lung supraviețuiesc doar cei puternici. - Concurenții indirecti, mai puțin amenințatori, sunt cei ce oferă un produs similar, dar cu alte caracteristici, satisfac alte nevoi ale consumatorilor. Oricum nici aceștia nu trebuie ignorați, deși sunt mai greu de depistați”.*

3) *Manual competențe antreprenoriale. (2018). Program de formare autorizat ANC. Cluj-Napoca: Camera de Comerț și Industrie Cluj-Napoca. Disponibil online la adresa: <https://ccicj.ro/wp-content/uploads/2018/02/Manual-competente-antreprenoriale-CCI-3.7.pdf>*

Extras (p.45):

### “4.4.2 Piața

*O scurtă descriere a pieței dvs., analiza concurenței, analiza clienților*

#### A. CLIENTII

- Cine sunt clienții Dvs. (varsta, stare materială, nivel social etc.)?
- Ce îi determină să cumpere produsul/serviciul pe care îl oferiți Dvs.?
- Cât de des cumpără de obicei?
- Câți bani cheltuiesc de obicei?
- Ce caracteristici (noi) îi interesează? •





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 3 „Locuri de muncă pentru toți”

Obiectivul tematic 3.7 „Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor de profil non-agricol din zona urbană”

Titlul proiectului: **“PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) – pentru regiunea Centru”**,

Contract nr. POCU82/3/7/104254

*Ce pret sunt dispusi sa plateasca?*

- *De ce credeti ca vor cumpara de la Dvs.?*

### **B. PRODUSUL/SERVICIUL**

- *Identificati produsul/serviciul Dvs.:*

– *Ce produs/serviciu oferiti concret?*

– *Ce necesitate satisface acesta (nevoie vitala, moda etc.)?*

– *In ce mod este vandut (in magazinul Dvs., la client, en-gros)?*

– *Cum afla cumparatorul de produsul/serviciul Dvs. (reclama, promovare)?*

- *Care sunt parametrii economici ai produsului/serviciului Dvs.?*

– *La ce preturi va fi vandut?*

– *Ce costuri va implica?*

– *Cat de profitabil si competitiv va fi?”*

Extras (p.62):

### “5.3. Competitia

Competitia reprezinta lupta pentru un segment de piata dintre vanzatorii care actioneaza pe aceeasi piata ce are clienti cu nevoi si dorinte similare sau chiar aceleasi. Strategia „strutului” pentru un manager (ignorarea competitiei in mod deliberat) este cea mai periculoasa. Antreprenorii gandesc precum parintii - copii lor sunt cei mai buni. Daca tineti cu adevarat la afacerea dumneavoastra, ar trebui sa urmariti cu atentie competitia pentru a sti:

- *Ce fac mai bine, pentru a va putea imbunatati produsele si serviciile*
- *Care sunt aspectele pentru care clientii lor sunt nemultumiti, pentru a-i putea atrage oferindu-le servicii superioare din punctul lor de vedere*
- *Cum poate competitia periclita afacerea dumneavoastra, in mod cinstit sau printr-o practica neloiala:*

