

Capitolul 3.

De la vise la idei și la afacere

Transformarea viselor în idei și a ideilor în vise

„Într-o zi, vom recunoaște oficial că, ceea ce denumim realitate, este o iluzie și mai mare decât tărâmul viselor.”, a spus Salvador Dali.

„Visele reprezintă o puternică formă de conștiință”, a scris Edgar Allan Poe în eseuul său „An Opinion About Dreams” (O părere despre vise).

Este vorba despre: „Am un vis, nu am un plan!” Simon Sinek



Paul McCartney (Yesterday), John Lennon (#9 Dream), Salvador Dali (Persistența memoriei) și Christopher Nolan (Inception), Stephen King (Dreamcatcher) sunt doar câteva dintre personalitățile care au realizat opere pornind de la propriile vise ...

Însă nu totul se rezumă la vise. Este vorba și despre a transforma ideile în afacerea viselor tale, pentru a te asigura că, odată lansată, afacerea ta va putea atâta supraviețui pe termen scurt, cât și îți va putea aduce pe termen lung Businessul Viselor tale conceput de tine!

3.1. Importanța ideilor

Fără idei, nu are loc progresul, schimbările nu se produc, iar evoluția oamenilor este stopată în mare parte. Însă doar cu ideile nu ajungi nicăieri dacă nu le și pui în practică. Și nu poți pune nimic în practică fără ideea inițială:

„Ideile creează lumea, acestea constituind ghidul acțiunilor viitoare. Chiar și cele mai slabe idei născute din prejudecăți și ignoranță fac istorie și pun bazele culturii populare... Când sunt puse în practică, ideile devin modele de gândire și de practică.” [Ash Amin & Michael O’Neill în Thinking About Almost Everything]

Posibilitățile de creare a valorii și de furnizare a acesteia către oameni sunt nesfârșite atât timp cât ai capacitatea de a identifica problemele cu care se confruntă un om obișnuit și ai idei unice privind modul în care să le soluționezi. Oportunitățile de antreprenoriat sunt pretutindeni în zilele noastre, deși, ce e drept, sunt ascunse vederii uneori.

3.2. Totul începe cu brandul „Eu”

Punctul de plecare îl constituie răspunsul la întrebarea: „Cine sunt eu?”

Primul lucru necesar este să te cunoști. Dacă te cunoști, vei înțelege ce îți place mult să faci, iar pornind de aici, poți începe să faci ce-ți place. Așadar, da, totul pornește de la brandul „Eu”.

Tu trebuie să te descoperi și să-ți modelezi propriul brand și propriile idei ca antreprenor. Însă brandul „Eu” este, firește, influențat de părinți, de colegi, de profesori, de formatori, de prieteni, de familie, etc.

Există, însă, o problemă în ceea ce privește branding-ul personalizat și numărul mare de idei... Oamenii devin derutați. Astfel, trebuie păstrat un anumit cadru/format, pentru ca aceștia să te poată recunoaște, să știe că este vorba despre compania ta ...

3.3. Evaluează-te

Să pornim de la întrebarea esențială: De ce dorești să lansezi o afacere? Bazează-te pe răspunsul la această întrebare pentru a afla ce tip de afacere vrei să lansezi. Dacă dorești bani în plus, poate este o idee bună să începi o altă activitate pe lângă acesta. Dacă îți dorești mai multă libertate, poate ar fi bine să lași în urmă slujba cu program fix și să pornești ceva nou. După ce afli care este motivul, începe să-ți pui mai multe întrebări, pentru a afla ce tip de afacere ar trebui să lansezi și dacă ai calitățile necesare:

- * Ce abilități ai?
- * Ce te pasionează?
- * Care este aria ta de expertiză?
- * Cât îți permiți să cheltuiești, având în vedere că cele mai multe afaceri eșuează?
- * De cât capital ai nevoie?
- * Ce stil de viață îți dorești să ai?
- * Ești măcar pregătit să devii antreprenor? (Realizează la [autovelauarea YME](#) - Capitolul 1)

3.4. Ce este cel mai propice pentru generarea ideilor?

(Lipsa de) Cunoaștere

Nivelul de cunoaștere pe care îl ai reprezintă rezultatul lecturilor și al experiențelor anterioare. Procesul continuu, holistic este cel care îți conferă fiecăruia dintre noi o perspectivă unică. Nu este de mirare că există opinii atât de variate. În plină campanie electorală, nu te poți abține să ai idei. Perspectivile personale, cadrul oficial, analiza imaginii de ansamblu, evaluarea aspectelor minore ...

Opiniile sunt importante, deoarece ne ajută să le dăm formă ideilor. Lectura este și ea importantă, deoarece, în cadrul acestui proces, intrăm în contact cu alte opinii și idei. Nu putem trage propriile concluzii dacă nu citim despre alte idei existente.

Cele mai bune idei se nasc din analiza propriilor nevoi încă neîndeplinite (deloc sau îndeplinite doar parțial). În acest sens, în cazul tinerilor migranți antreprenori, ideile pot fi generate de procesul de analiză a diferențelor culturale și de alt tip dintre țara de origine și țara gazdă. Iar sursele clasice de idei pentru antreprenori sunt reprezentate de schimbările structurilor demografice, de noile tehnologii, de schimbările legislative și de schimbările stilurilor de viață.

Structurează ideea ținând cont de timp și de bani. Gândește-te la strategii de vânzări – dezvoltare digitală – logistică – flux de numerar – comunicare – cultură și juridic – personal/asistență. Este nevoie să investești bani? Cât durează până începi să câștigi? Ai nevoie de Flux de numerar. Ai nevoie să mănânci și să-ți plătești facturile.

3.5. Idei și grupul țintă

Trebuie să-ți prezinți și să-ți promovezi ideile înaintea grupurilor țintă. Piața țintă înseamnă un grup de potențiali clienți cărora compania dorește să le vândă propriile produse și servicii. Din acest grup fac parte și clienți specifici către care o companie își direcționează eforturile de marketing. Piața țintă este o parte din piața totală a unor bunuri sau servicii.

** Gândeți-vă la o idee de afacere.*

Ai deja o idee de afacere extraordinară? Dacă da, felicitări! Înseamnă că poți trece la secțiunea următoare ([Capitolul 4](#)). Dacă nu, există o multitudine de moduri în care poți organiza o sesiune de brainstorming pentru a depista o idee bună. Articolul despre antreprenoriat „8 moduri în care poți genera o idee de afacere” ([„8 Ways to Come Up With a Business Idea”](#)) arată cum să structurezi posibile idei de afacere. Cine dorești să fie cumpărătorul? Aceasta este ținta afacerii tale.

Iată câteva sugestii culese din articolul în cauză:

** Întreabă-te ce urmează.*

Care sunt tehnologiile/evoluțiile din viitorul apropiat și cum vor schimba acestea peisajul actual al universului de afacere? Poți anticipa mișcările?

** Repară ceva ce te deranjează.*

Oamenii preferă să aibă o parte mai mică dintr-un lucru de proastă calitate decât una mai mare dintr-unul de bună calitate. Dacă afacerea ta poate repara o problemă cu care se confruntă clienții tăi, aceștia îți vor mulțumi.

** Aplică-ți abilitățile într-un domeniu cu totul nou.*

Multe afaceri și industrii fac lucrurile într-un anumit mod pentru că acela este modul în care le-au făcut dintotdeauna. În aceste cazuri, o perspectivă proaspătă poate face toată diferența.

** Folosește o abordare mai bună, mai puțin costisitoare și mai rapidă.*

Ai o idee de afaceri care nu aduce tocmai o noutate? Dacă da, gândește-te la ofertele curente și concentrează-te asupra modului în care poți crea ceva mai bine, cu mai puțini bani și mai rapid.

** De asemenea, relaționează și adresează-le celor din rețeaua ta întrebări, cere-le sfaturi antreprenorilor, verifică idei online sau folosește orice metodă ți se pare mai logică.*

Dacă identifici ideea de afacere, nu înseamnă că este și o idee bună. Aceasta trebuie verificată: există o piață suficient de mare pentru a justifica investițiile și cheltuielile periodice? Respectă aceasta legislația în vigoare? Poți obține finanțări?, etc.

3.6. Efectuează studii de piață

Documentează-te asupra posibililor concurenți sau parteneri de pe piață cu ajutorul acestui ghid. Acesta oferă o prezentare structurată a obiectivelor pe care să le stabilești pentru a efectua studiul și metodele necesare pentru a face acest lucru. De exemplu, poți derula interviuri telefonice sau față în față. De asemenea, poți propune studii sau chestionare cuprinzând întrebări precum următoarele:

* „Care sunt factorii pe care îi aveți în vedere atunci când achiziționați acest produs ori serviciu?” sau

* „Ce aspecte considerați că trebuie îmbunătățite?”

La fel de important, acesta arată care sunt cele mai frecvente trei greșeli pe care le face cineva atunci când începe un studiu de piață, și anume:

Utilizarea exclusiv a unor studii din surse secundare (date deja existente).

Utilizarea exclusiv a surselor online.

Participarea exclusiv a unor persoane pe care le cunoașteți.

3.7. Clienții și-l doresc?

Aceasta poate fi o întrebare relevantă, deși Ford (Ford-T) și Steve Jobs (Apple) ar fi de altă părere ... la început, clienții nu știau ce-și doresc, dar au ajuns să-și dorească produsul...

Ideea ta poate fi grozavă, însă sincronizarea este și ea foarte relevantă:

Compania în valoare de mai multe miliarde de dolari Free Record Shop din Olanda a intrat în faliment pentru că nu a putut renunța la vechiul concept de vânzare a compact discurilor și a videourilor ... deși a avut, totuși, viziunea de a vinde online (ca și Amazon). Acest demers a eșuat în anii nouăzeci, iar compania a renunțat pur și simplu la idee, considerând-o sortită eșecului. De fapt, motivul este că încă nu se crease mediul necesar pentru acest lucru...

Pe aceeași temă: [Cum să lansezi o afacere online / How to Start a Business Online](#)

3.8. Mai multe sugestii

Înainte ca un antreprenor să-și lanseze propria societate comercială, acesta ar trebui să analizeze ideea cu ajutorul experților în domeniu, dar și din perspectivă juridică și fiscală. De exemplu, antreprenorul trebuie să aleagă tipul de societate (cu răspundere limitată, fundație, asociație, etc.).

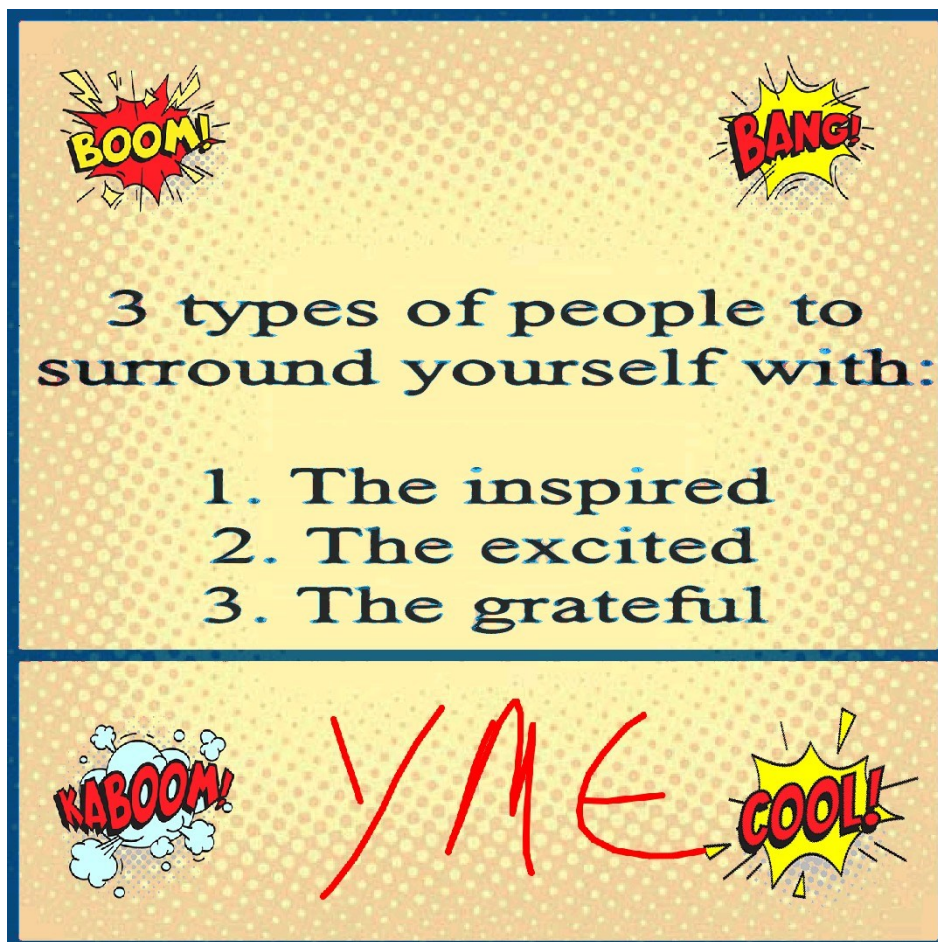
Obține feedback.

Oferă-le oamenilor posibilitatea de a intra în contact cu produsul sau cu serviciul oferit și află ce părere au despre acesta. O perspectivă nouă te poate ajuta să identifici o problemă pe care este posibil să o fi omis. În plus, aceste persoane vor deveni primii tăi susținători de brand, mai ales dacă iei în considerare părerile acestora.

Asigură-te, totuși, că nu te lași înconjurat de persoane negativiste. Mediul astfel creat nu este unul propice dezvoltării ideilor. Așadar, alege persoanele potrivite care să ofere feedback!

Iată care sunt cele 3 tipuri de persoane cu care este bine să te lași înconjurat și de la care să obții feedback:

1. Persoane inspirate (The inspired)
2. Persoane entuziaste (The excited)
3. Persoane recunoscătoare (The grateful)



3.9. Oficializează lucrurile

Rezolvă devreme toate aspectele juridice. Iată o listă de verificare cu aspectele care trebuie consolidate ([a se vedea și Capitolul 5](#)):

- Structura afacerii/companiei (SRL, corporație sau parteneriat, pentru a menționa doar câteva.)
- Denumirea afacerii/ companiei
- Înregistrarea afacerii/ companiei
- Cod de identificare fiscală
- Permise
- Licență
- Contul bancar necesar
- Mărci comerciale, drepturi de autor sau brevete

3.10. Scrie planul de afaceri

Un plan de afacere reprezintă o descriere scrisă a modului în care va evolua afacerea din punctul de pornire către produsul finit. Planul de afacere va cuprinde următoarele ([a se vedea și Capitolul 4](#)):

*Sumar executiv: Acesta este un sumar la nivel înalt al cuprinsului planului, atingând deseori aspecte precum o descriere a societății, tipul de probleme soluționate de afacere, soluțiile propuse și motivul alegerii momentului în cauză

*De elaborarea afacerii: Ce tip de afacere dorești să lansezi?

*Cum se prezintă industria în care vei activa?

*Cum va arăta aceasta în viitor?

*Strategii de piață: care este piața țintă și cum poți vinde cel mai bine pe piața respectivă?

*Analiza concurenței: care sunt punctele forte și punctele slabe ale concurenței? Cum intenționezi să-ți surclasezi concurența?

*Planul de design și de dezvoltare: Care este produsul sau serviciul oferit de tine și cum îl vei dezvolta? Apoi, elaborează un buget pentru respectivul produs sau serviciu

*Plan operațional și de management: Cum funcționează afacerea în fiecare zi?