



# BUSINESS CANVAS: Model Plan de Afaceri

Instrument de management pentru definirea și comunicarea rapidă a ideii de business.

Parteneri Cheie	Activități Cheie	Promisiunea de Valoare	Relația cu Clientii	Segmente de Clienți
<b>Cine mă ajută să ofer valoare?</b>	<b>Ce fac zilnic pentru a îndeplini promisiunea?</b>	<b>Ce problemă rezolvăm pentru clientul nostru?</b>	<b>Vrem o relație pe termen lung sau scurt?</b>	<b>Pentru cine rezolvăm noi probleme?</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>Identifică furnizorii și partenerii externi critici.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Notează procesele și sarcinile principale ale afacerii.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Identifică motivul pentru care clientul oferă bani în schimbul serviciului tău.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Definește modul în care afacerea interacționează cu publicul.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Definește grupurile specifice de oameni cărora te adresezi.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>Externalizează abilitățile care nu sunt punctul tău forte (ex. contabilitate).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Concentrează-te pe acțiunile care livrează valoarea promisă.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Definește ce te face unic în piață față de concurență.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Stabilește dacă este necesar contactul uman sau cel tehnologic.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Analizează nevoile, frustrările și dorințele clientilor tăi.</li></ul>

	<b>Resurse Cheie</b>		<b>Canale</b>	
	<b>De ce am nevoie (oameni, bani, softuri)?</b>		<b>Cum le spunem clienților despre noi?</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enumeră activele fizice, umane și intelectuale necesare zilnic.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifică "drumurile" prin care clientul cumpără de la tine.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Include expertiza, brandul, tehnologia și resursele financiare.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alege canalele unde clienții își petrec timpul (ex. Social Media, SEO).</li> </ul>	

Structura de Costuri	Fluxuri de Venit
<b>Care sunt cele mai mari cheltuieli?</b>	<b>Care sunt sursele prin care primim banii?</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifică principalele 7-8 categorii de costuri (ex. salarii, marketing, chirie).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definește modul în care promisiunea de valoare se transformă în bani.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"><li>• Diferențiază costurile fixe de cele variabile pentru o mai bună gestiune.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stabilește prețurile și frecvența plășilor (plășii unice vs. abonamente).</li></ul>

---

### Recomandări pentru Succes:

1. **Incepe să scrii:** Planul nu trebuie să fie perfect din prima; pune pe hârtie ce știi acum și rafinează-l ulterior.
2. **Întreabă clienții:** Nu răspunde "din burtă"; află frustrările reale ale clientilor pentru a găsi soluția optimă.
3. **Document viu:** Revizuieste Canvas-ul constant pentru a identifica noi segmente de piață sau canale de vânzare.
4. **Acțiune:** Ceea ce pui pe hârtie este teorie; adevarata învățare vine din aplicarea planului în practică.

