



mosaic
inclusive investing for founders

MODULE 2

I have a business idea, now what?

www.mosaic4investing.eu



This resource is licensed
under CC BY 4.0



Cofinanțat de
Uniunea Europeană

Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile și punctele de vedere exprimate aparțin însă exclusiv autorului/autorilor și nu reflectă neapărat cele ale Uniunii Europene sau ale Agenției Executive pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană, nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.

Introducere

Modulul 2 se concentrează pe o analiză aprofundată a fezabilității pentru a valida conceptul de afacere înainte de a merge mai departe.

Acest modul va ghida antreprenorii/ fondatorii subreprezențați prin pașii esențiali de testare și rafinare a ideilor lor de afaceri.

- 01 Introducere în validarea ideii de afacere
- 02 Înțelegerea analizei fezabilității
- 03 Produsul Minim Viabil (MVP)
- 04 Pași următori cu o idee validată
- 05 Auto-reflecție și referințe

This resource is licensed
under CC BY 4.0



Cofinanțat de
Uniunea Europeană

Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile și punctele de vedere exprimate aparțin însă exclusiv autorului/autorilor și nu reflectă neapărat cele ale Uniunii Europene sau ale Agenției Executive pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană, nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.

Rezultate ale învățării

Cunoștințe:

Dobândirea unei înțelegeri aprofundate a analizei fezabilității, inclusiv importanța acesteia în procesul de planificare a afacerii.

Învățarea diverselor tehnici de validare a pieței, inclusiv dezvoltarea și utilizarea unui Produs Minim Viabil (MVP).

Competențe:

Dezvoltarea flexibilității și capacității de reacție în procesul de dezvoltare a produsului. Gândire critică și analiză strategică pentru luarea unor decizii informate privind fezabilitatea și potențialul ideilor de afaceri.



Rezultate ale învățării

Comportamente:

Participanții vor adopta o abordare iterativă în dezvoltarea produsului, integrând feedback-ul pentru a-și îmbunătăți continuu oferta.

Atitudini:

Participanții vor cultiva o atitudine de deschidere și receptivitate față de feedback-ul primit de la toți factorii interesați, inclusiv clienți și colegi. Participanții își vor dezvolta reziliența, menținând o atitudine pozitivă și determinată chiar și în fața obstacolelor sau a constatărilor negative în timpul fazei de validare a pieței.





01

Introducere în validarea ideii de afacere



Ce este validarea unei idei de afacere?

Viziunea și pasiunea nu sunt suficiente. După identificarea unei idei promițătoare și obținerea unor perspective asupra pieței, următorul pas esențial este **validarea**. Această etapă crucială presupune testarea riguroasă a ideii de afacere în raport cu realitățile pieței și capacitățile operaționale pentru a asigura viabilitatea și succesul într-un mediu concurențial.

Scopul validării:

Validarea se bazează pe evaluări inițiale și include:

- **Evaluarea potrivirii produsului cu piața:** Asigurarea că produsul sau serviciul răspunde nevoilor și preferințelor pieței țintă.
- **Analiza viabilității economice:** Determinarea dacă afacerea poate funcționa cu stabilitate financiară și potențial de creștere.
- **Testarea fezabilității operaționale:** Înțelegerea aspectelor practice ale lansării și menținerii operațiunilor afacerii.



De ce este important?

Conform datelor din SUA, dar aplicabile și în UE, așa cum este raportat în **Ce procent din afacerile mici eșuează? (fundera.com)**, aproximativ **20% dintre afacerile mici eșuează în primul an**. Până la sfârșitul celui de-al doilea an, **30% dintre afaceri vor fi eșuate**. Până în al cincilea an, **aproximativ jumătate** dintre ele nu vor mai exista. Iar la sfârșitul unui deceniu, **doar 30% dintre afaceri vor supraviețui**, ceea ce înseamnă o **rată de eșec de 70%**.

Citește mai mult: <https://entm.ag/QZniH3>

În 2023, rata de eșec a afacerilor în Europa a înregistrat o creștere semnificativă. Conform **PwC Restructuring Update**, în primul trimestru al anului 2023, rata de eșec a afacerilor a crescut cu **19%** comparativ cu aceeași perioadă a anului precedent.



De ce este important?

Pentru antreprenorii subreprezențați, procesul de validare este un mijloc de a proteja afacerea împotriva capcanelor comune cu care se confruntă multe startup-uri, construind în același timp credibilitate și încredere în rândul investitorilor, partenerilor și clienților potențiali. În ecosisteme unde pot exista bariere suplimentare, o idee de afacere validată temeinic devine un instrument puternic. Aceasta contribuie la reducerea decalajelor și demonstrează pregătirea și competențele antreprenoriale.

Cu toate acestea, validarea nu înseamnă doar depășirea obstacolelor, ci și obținerea unei viziuni cuprinzătoare asupra ecosistemului și a culturii acestuia. Fondatorii subreprezențați au adesea un acces limitat la aceleași instrumente și rețele disponibile pentru alți antreprenori, ceea ce poate îngreuna înțelegerea completă a pieței. Prin concentrarea pe validare, nu doar că demonstrezi viabilitatea ideii tale de afacere, dar și obții perspective valoroase asupra ecosistemului în care urmează să activezi.



Acest process implică...

- **Înțelegerea pieței:** Interacțiunea cu piața pentru a înțelege nevoile, preferințele și dificultățile acesteia.
- **Construirea relațiilor:** Stabilirea de conexiuni cu factorii de interes care pot oferi feedback și sprijin.
- **Adaptarea la cultură:** Învățarea nuanțelor culturale care pot influența operațiunile afacerii și comportamentul clienților.
- **Valorificarea resurselor:** Identificarea și utilizarea resurselor disponibile, chiar dacă nu sunt imediat evidente.

Prin validarea atentă a ideii tale de afacere, creezi o fundație solidă care ia în considerare viziunea completă a ecosistemului, inclusiv cultura acestuia și provocările unice pe care le prezintă.



Un exemplu de validare a unei idei

Wise, cunoscut anterior sub numele de **TransferWise**

Fondatori: Taavet Hinrikus și Kristo Käärman, ambii din Estonia, au fondat compania în ianuarie 2011.

Ce e? Wise este o companie fintech care se concentrează pe furnizarea de servicii internaționale de transfer de bani. Utilizează ratele reale de schimb de pe piață pentru a transfera bani în străinătate, ceea ce este adesea mai rentabil decât transferurile bancare tradiționale.

Produse: Conturi multi-valută care permit clienților să dețină solduri în peste 50 de monede și să efectueze tranzacții transfrontaliere.



[The Story of Wise - Wise](#)



Abordarea validării

Identificarea problemei: Fondatorii și-au validat ideea de afacere experimentând problema direct. Taavet, primul angajat la Skype, locuia în Londra, dar era plătit în euro. Kristo lucra la Deloitte, locuia și el în Londra, dar era plătit în lire sterline, având însă un credit ipotecar în euro în Estonia. Amândoi își transferau banii prin bănci, care percepeau comisioane mari și ofereau rate de schimb nefavorabile. Știind că trebuie să existe o soluție mai bună, și-au unit forțele și au creat o metodă simplă și eficientă pentru a evita aceste costuri. Această experiență directă le-a oferit o înțelegere profundă a problemei pe care doreau să o rezolve.

Testarea cu un grup mic: Inițial, și-au testat soluția într-un cerc restrâns de prieteni și familie. Acest lucru le-a permis să colecteze feedback și să facă ajustările necesare înainte de o lansare mai largă.



Abordarea validării

Crearea unui model transparent: Wise s-a diferențiat oferind transparență în ceea ce privește comisioanele și ratele de schimb. Au utilizat rata medie a pieței, care este punctul de mijloc între prețul de cumpărare și cel de vânzare al unei monede, și au aplicat un comision redus, afișat clar în avans.

Valorificarea recomandărilor clienților: Clienții mulțumiți au început să răspândească vestea despre serviciu, ceea ce a ajutat Wise să crească organic. Acest tip de marketing bazat pe recomandări a fost esențial în primele etape ale companiei.

Concentrarea pe experiența clienților: Wise a acordat prioritate experienței utilizatorilor, asigurându-se că procesul este simplu, rapid și de încredere. Experiențele pozitive au condus la fidelizarea clienților și la recomandări.

Dezvoltare iterativă: Wise a adoptat o abordare iterativă, îmbunătățindu-și continuu serviciile pe baza feedback-ului clienților și a schimbărilor din piață.



Abordarea validării

Respectarea reglementărilor: Wise s-a asigurat că respectă reglementările financiare, ceea ce a contribuit la construirea încrederii clienților. Acest proces a inclus verificarea identității utilizatorilor și respectarea legislației împotriva spălării banilor.

Extinderea serviciului: Pe măsură ce baza de utilizatori a crescut, Wise și-a extins serviciile pentru a include mai multe monede și țări, validând astfel cererea pentru soluția lor.

Asigurarea finanțării: Tracțiunea obținută le-a permis să atragă investiții, ceea ce a reprezentat o validare suplimentară a modelului lor de afaceri și a potențialului de creștere.

Listarea publică: Wise a devenit o companie publică printr-o listare directă pe Bursa de Valori din Londra, un moment semnificativ care a confirmat succesul și validarea ideii lor de afacere. [WISE se listează pe piața londoneză | Fortune](#)





02

Înțelegerea analizei fezabilității



Scopul analizei fezabilității

Analiza fezabilității este realizată pentru a evalua succesul potențial al unei idei de afacere sau al unui proiect înainte de a investi timp și resurse semnificative. Aceasta îi ajută pe antreprenori să identifice obstacolele posibile, să evalueze probabilitatea de succes și să determine dacă ideea ar trebui să fie continuată, adaptată sau abandonată.

Această analiză este deosebit de importantă pentru antreprenorii subreprezențați, care se pot confrunta cu bariere suplimentare în accesarea resurselor, ceea ce face ca fiecare decizie de investiție să fie esențială.



Realizarea unui studiu de fezabilitate

Analiză și evaluare:

În următoarele slide-uri, vom evidenția 5 domenii cheie care trebuie acoperite pentru a ajunge la o concluzie privind fezabilitatea. Acestea pot fi adaptate în funcție de specificul afacerii tale.

Fezabilitate de
piață

Fezabilitate
tehnică

Fezabilitate
economică

Fezabilitate
legală

Fezabilitate
operațională



Componentele analizei fezabilității

Fezabilitate de piață:

Implică cercetarea pieței actuale pentru a înțelege cererea, demografia clienților, concurența și tendințele pieței. Scopul este de a determina dacă există o piață sustenabilă pentru produsul sau serviciul propus și modul în care afacerea se poate poziționa competitiv.

Ai început acest proces în Modulul 1.

Fezabilitate tehnică:

Evaluează resursele tehnice necesare pentru a transforma ideea într-un produs sau serviciu concret. Aceasta include analiza tehnologiilor necesare, disponibilitatea competențelor tehnice și provocările care pot apărea în implementare.



Componentele analizei fezabilității

Fezabilitate economică:

Evaluează dacă aspectele financiare ale unui proiect sunt viabile. Aceasta include proiecții detaliate de costuri și venituri, surse de finanțare și riscuri financiare. Acest element este esențial pentru a asigura că afacerea poate fi profitabilă și autosustenabilă.

Am creat 5 module MOSAIC dedicate finanțelor și strângerii de fonduri – vezi Modulele 3, 4, 5, 7 și 8

Fezabilitate legală:

Examinează potențialele probleme legale asociate ideii de afacere, inclusiv legislația privind zonele comerciale, cerințele de licențiere și alte constrângeri de reglementare care ar putea influența capacitatea de a lansa și opera afacerea.



Componentele analizei fezabilității

Fezabilitate operațională:

Analizează aspectele logistice legate de înființarea și operarea afacerii, evaluând dacă activitățile pot fi desfășurate cu resursele disponibile și identificând posibile provocări operaționale.

3. Sinteza concluziilor

Acum, adună toate datele și analizele pentru a evalua fezabilitatea generală a ideii de afacere. Acest proces implică compararea beneficiilor și costurilor, evaluarea riscurilor și analiza implicațiilor operaționale și financiare ale continuării afacerii. Se conturează concluzii clare? Așa cum am acoperit în Modulul 1, utilizează o **analiză SWOT** (Puncte tari, Puncte slabe, Oportunități, Amenințări)



Componentele analizei fezabilității

4. Raport de fezabilitate:

Compilarea concluziilor într-un raport detaliat de fezabilitate. Raportul ar trebui să rezume cercetarea, analiza și concluziile, oferind o imagine clară și cuprinzătoare asupra viabilității ideii de afacere.

5. Procesul decizional:

Utilizează raportul ca bază pentru luarea unei decizii informate. Decide dacă vei continua cu ideea de afacere, vei face ajustările necesare pe baza concluziilor sau vei explora alte oportunități. Dacă studiul de fezabilitate indică obstacole semnificative care nu pot fi depășite, ar putea fi înțelept să pivotezi ideea sau să iei în considerare alte alternative.



Fezabilitatea este un instrument dinamic

Tratează studiul de fezabilitate ca pe un instrument dinamic. Pe măsură ce condițiile se schimbă sau apar informații noi, revizuieste studiul pentru a te asigura că ideea de afacere rămâne viabilă și relevantă.



Studiu de fezibilitate în acțiune



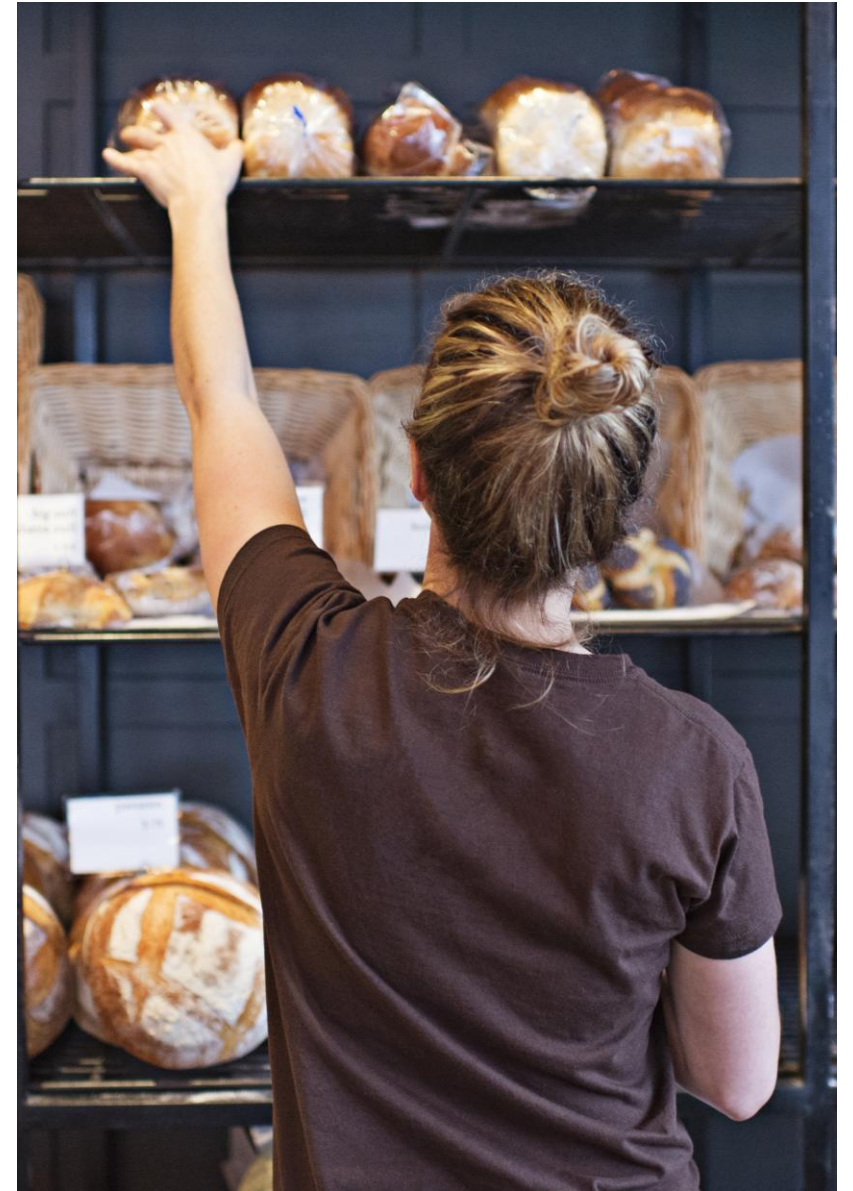
Exemplu de studio de fezibilitate: Brutarie artizanală la scară mică în Belgia

Prezentare generală a proiectului:

Doi migranți de generația a doua iau în considerare deschiderea unei brutării artizanale de mici dimensiuni în Belgia, specializată în produse de patiserie de înaltă calitate, realizate manual, care îmbină tehnicile tradiționale belgiene cu arome internaționale.

Obiectiv:

Obiectivul principal este de a evalua cererea pentru produse de patiserie unice, realizate manual, care combină influențele internaționale cu tradițiile belgiene de panificație și de a determina viabilitatea afacerii într-o piață competitivă.



Principalele componente ale studiului de fezabilitate



1. Analiza pieței:

- **Cererea locală:** Realizează cercetări de piață pentru a înțelege preferințele consumatorilor locali pentru produse de panificație artisanale și deschiderea acestora către arome noi, cu influențe culturale diverse.
- **Peisaj competitiv:** Evaluează prezența și performanța brutăriilor existente, în special a celor care oferă produse artisanale sau cu specific cultural. Realizează o analiză SWOT pentru fiecare competitor și compară rezultatele pentru a identifica oportunități pe piață.

2. Proiecții financiare:

- **Costuri de start-up:** Analizează costurile asociate achiziționării unei locații potrivite, echipamentului de panificație, ingredientelor inițiale și altor necesități pentru lansarea afacerii.
- **Costuri de producție și analiza pragului de rentabilitate:** Calculează câte produse trebuie vândute pentru a acoperi toate costurile operaționale, ajutând astfel la înțelegerea riscurilor financiare implicate.
- **Proiecții de venituri:** Estimează vânzările potențiale pe baza strategiei de preț, a bazei anticipate de clienți și a oportunităților de vânzare en-gros.





3. Cerințe de reglementare:

- **Licențe și autorizații:** Identifică permisele necesare pentru operarea unei afaceri alimentare în Belgia, inclusiv certificări de siguranță alimentară și licențe de funcționare a afacerii.
- **Reglementări privind sănătatea și siguranța:** Asigură conformitatea cu standardele belgiene de sănătate și siguranță pentru producția și vânzarea alimentelor.

Perspectivă:

Între elementele din punctele 2 și 3 și adăugând structurile de taxe și contribuții sociale (naționale și europene), acest proces poate fi foarte dificil pentru noii antreprenori. Analizează în detaliu fezabilitatea pentru a evita surprize neplăcute.



Principalele componente ale studiului de fezabilitate



4. Fezabilitate tehnică:

- **Dezvoltarea rețetelor și planificarea producției**
- **Tehnologia de producție:** Determinarea tehnologiilor și echipamentelor specifice necesare pentru fabricarea produselor de panificație artisanale de înaltă calitate.
- **Lanțul de aprovizionare:** Evaluarea disponibilității ingredientelor locale și internaționale de calitate necesare pentru rețete unice..

5. Considerații operaționale:

- **Locație:** Identificarea unor spații comerciale strategice care atrag un trafic pietonal semnificativ, cum ar fi centrele orașelor sau piețele locale renumite pentru produse artisanale.
- **Nevoi de personal:** Planificarea angajării brutarilor calificați, specializați în tehnici variate de panificație, precum și a personalului de vânzări și suport.
- **Luarea în considerare a strategiilor de marketing și vânzări:** Crearea unui branding care evidențiază patrimoniul multicultural al brutăriei și dezvoltarea unui plan promoțional pentru atingerea obiectivelor de vânzări.





03

Produsul Minim Viabil (MVP)



Produs Minim Viabil

Un **MVP (Produs Minim Viabil)** este o strategie utilizată pentru a valida rapid ideile de afaceri cu resurse minime.

Pentru fondatorii subreprezențați, care se confruntă adesea cu bariere suplimentare în ceea ce privește accesul la capital și rețele, abordarea MVP este esențială. Aceasta permite testarea, învățarea și îmbunătățirea produsului pe baza feedback-ului real al clienților înainte de a face investiții semnificative. MVP-ul este despre gestionarea inteligentă a resurselor și învățare continuă:

- **Testarea pieței:** Verifică dacă există o cerere reală pentru produs cu un efort minim.
- **Colectarea de informații:** Obținerea feedback-ului valoros al clienților pentru a îmbunătăți oferta.
- **Reducerea riscului:** Limitarea expunerii financiare prin evitarea investițiilor de mari dimensiuni de la început.



Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas

Crearea unui **Produs Minim Viabil (MVP)** presupune identificarea celei mai simple versiuni a produsului sau serviciului tău, care îți va permite să începi procesul de învățare cu utilizatori reali.

Să analizăm pașii implicați:

1. Identificarea Propoziției Unice de Valoare:

Definirea problemei principale pe care produsul sau serviciul tău o rezolvă.

CUM? Metoda: Utilizează cercetarea pieței, interviuri, sondaje și surse secundare pentru a identifica nevoile și punctele de durere ale pieței țintă. Concentrează-te pe ceea ce este esențial pentru clienții tăi.



Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas

2. Selectarea caracteristicilor cheie: Alege caracteristicile care răspund direct la propoziția unică de valoare și sunt esențiale pentru rezolvarea problemei utilizatorului.

CUM?: Pe măsură ce definești caracteristicile produsului sau serviciului tău, ia în considerare implicațiile de cost pentru fiecare funcționalitate. Acesta este momentul în care trebuie să echilibrezi ceea ce este esențial pentru lansare cu ceea ce poate fi adăugat ulterior, deoarece fiecare caracteristică va influența costurile și, implicit, prețul final.

Folosește instrumente precum clasificarea caracteristicilor, unde utilizatorii potențiali sau membrii echipei acordă un scor funcționalităților pe baza importanței și fezabilității. Prioritizează acele caracteristici care sunt indispensabile pentru lansarea inițială.



Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas

3. Proiectarea unui prototip simplu: Dezvoltă un model de bază, funcțional, al produsului care să încorporeze caracteristicile selectate.

Acest pas îți permite să vizualizezi și să testezi funcționalitatea ideii tale, să obții feedback de la utilizatori încă din primele etape ale dezvoltării și să identifici eventualele defecte de design sau funcționale înainte de a trece la etape de producție mai costisitoare.

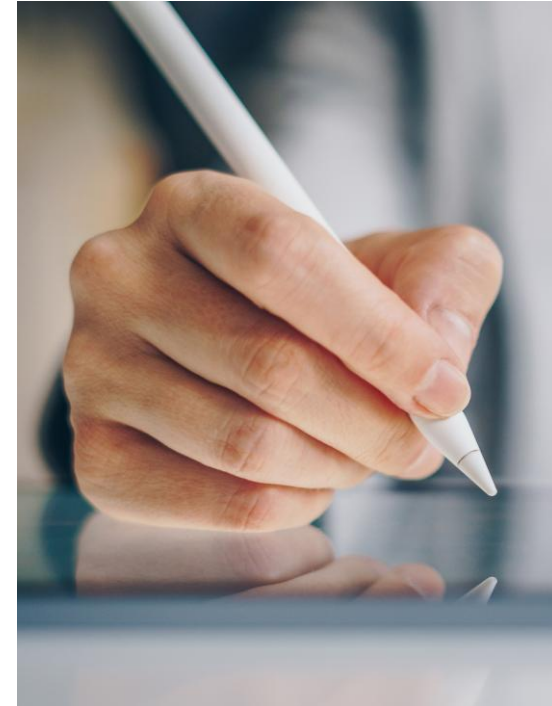
CUM: Abordări de Prototipare: Produse Digitale

- **Wireframes:** Începe cu wireframes de bază pentru a schița structura și componentele produsului digital. Wireframes sunt, de obicei, schițe simple care conturează elemente precum navigația, plasarea conținutului și caracteristicile esențiale ale interfeței. Instrumente precum Balsamiq sunt ideale pentru acest proces, deoarece sunt ușor de utilizat și pun accent pe structură mai degrabă decât pe estetică.



Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas

- **Mockups:** Avansează către mockups de fidelitate mai înaltă, care includ elemente vizuale precum culori, logo-uri și tipografie. Această etapă este dedicată rafinării atractivității vizuale și experienței utilizatorului. **Sketch** sau **Adobe XD** sunt instrumente puternice pentru crearea de mockups detaliate și vizual atractive.
- **Prototipuri interactive:** Dezvoltă prototipuri interactive care permit utilizatorilor să navigheze prin experiența propusă. **InVision** și **Figma** oferă funcționalități pentru a crea prototipuri care arată și funcționează ca un produs finalizat, facilitând astfel testarea interacțiunilor utilizatorului.



Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas

Abordări pentru Prototipare: Produse Fizice

- **Concept Sketches:** Începe cu schițe detaliate ale produsului pentru a explora diferite designuri și factori de formă. Această metodă tradițională rămâne foarte eficientă pentru capturarea rapidă a ideilor și iterarea designului.
- **Modele 3D:** Utilizează software CAD (Computer-Aided Design) pentru a crea modele 3D ale produsului. Instrumente precum AutoCAD, SolidWorks, sau opțiuni mai accesibile precum Tinkercad permit vizualizarea produsului în trei dimensiuni, esențial pentru analiza ergonomiei și funcționalității.
- **Prototype Fabrication:** Treci de la modele digitale sau pe hârtie la un prototip fizic. În funcție de complexitate și material, aceasta poate implica imprimare 3D, prelucrare CNC sau asamblare manuală cu materiale simple. Poți explora facilități FabLab pentru a produce un prototip de lucru, care reflectă designul produsului și poate fi testat.



Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas

4. Dezvoltă MVP-ul: Transformă prototipul într-un produs utilizabil cu strategie de preț.

CUM. Utilizează cele mai eficiente metode de dezvoltare disponibile. Pentru software, acest lucru poate însemna codarea celei mai simple versiuni funcționale a aplicației. Pentru produse fizice, creează o serie mică folosind procese de fabricație rentabile.

Modele de venit: Dezvoltă și testează diferite scenarii bazate pe diverse strategii de preț. Acestea pot include

- **Propoziția de Valoare și Prețul:** Aliniază strategia de preț cu valoarea produsului. Dacă oferi un produs premium, prețul trebuie să reflecte acest lucru. Dacă vizezi o soluție accesibilă, prețul trebuie să fie atractiv pentru segmentele mai sensibile la costuri.
- **Poziționarea Competitivă:** Stabilește prețurile într-un mod care să-ți poziționeze afacerea competitiv pe piață.



Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas

5. Definierea metricilor de succes: Stabilește obiective clare și măsurabile pentru evaluarea performanței MVP-ului.

Stabilind obiective precise și cuantificabile, poți determina dacă MVP-ul răspunde nevoilor pieței, unde întâmpină dificultăți și ce îmbunătățiri sunt necesare înainte de o lansare mai amplă.

CUM? Stabilirea metricilor: Produse digitale

- **Metrici de achiziție a utilizatorilor:** Numărul de înregistrări, descărcări ale aplicației, vizite pe site.
- **Metrici de angajament:** Utilizatori activi zilnic sau lunar, durata sesiunii, numărul de pagini vizualizate per vizită și rata de interacțiune cu funcțiile cheie. Instrumente precum Google Analytics pot oferi date detaliate despre modul în care utilizatorii interacționează cu produsul.
- **Metrici de conversie:** Rata de conversie de la vizitator la utilizator, utilizator la client plătit sau realizarea altor acțiuni dorite (ex: completarea unui formular, abonarea la un newsletter).



Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas

CUM. Stabilirea metricilor: Produse fizice

- **Metrici de vânzări:** Numărul de unități vândute, viteza de rotație a stocului și dimensiunea comenzilor. Aceste metrici evaluează cererea pieței și viteza de vânzare a MVP-ului fizic.
- **Satisfacția clienților:** Net Promoter Score (NPS), ratinguri de satisfacție și rata de returnare a produselor. Datele pot fi colectate prin formulare de feedback incluse cu produsul sau platforme digitale accesibile prin coduri QR pe ambalaj. NPS este un indicator utilizat pe scară largă pentru măsurarea satisfacției și loialității clienților. Acesta constă într-o singură întrebare: „**Pe o scară de la 0 la 10, cât de probabil este să recomandați compania/produsul/serviciul nostru unui prieten sau coleg?**”
- **Utilizarea și fiabilitatea produsului:** Frecvența utilizării, durata de viață înainte de defectare sau numărul de returnări cauzate de probleme tehnice.



Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas

CUM. Stabilirea metricilor: Servicii

- **Rata de achiziție și retenție a clienților:** Măsoară numărul de clienți atrași de serviciu și procentul celor care revin sau se abonează pe o perioadă extinsă. Aceste metrici oferă o imagine clară asupra sustenabilității modelului de afaceri.
- **Metriци privind calitatea serviciului:** Chestionare de satisfacție a clienților, viteza de prestare a serviciului și respectarea acordurilor privind nivelul serviciilor (SLAs). Aceste indicatori sunt esențiali pentru a înțelege cât de bine îndeplinește serviciul așteptările clienților.
- **Eficiența operațională:** Măsoară timpul necesar pentru furnizarea unui serviciu, costul per serviciu și gradul de utilizare a resurselor. Aceste date sunt utile pentru a evalua eficiența și scalabilitatea modelului de afaceri.



Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas

Software gratuit pentru gestionarea serviciilor în această fază

- **Zoho Desk** – Parte din suita Zoho, oferă un plan gratuit pentru cei care au nevoie de funcționalități de bază ale unui help desk. Include ticketing prin e-mail, gestionarea bazelor de cunoștințe și un centru de asistență pentru clienți.
- **HubSpot Service Hub** – Varianta gratuită a HubSpot Service Hub include gestionarea tichetelor, chat live și e-mail de echipă, precum și tablouri de bord pentru urmărirea cererilor și a feedbackului clienților.
- **Freshdesk** – Planul gratuit „Sprout” oferă ticketing prin e-mail și rețele sociale, o bază de cunoștințe și rapoarte despre tendințele tichetelor.
- **Trello (cu șabloane pentru managementul serviciilor)** – Deși este un instrument de gestionare a proiectelor, Trello poate fi utilizat eficient pentru managementul serviciilor prin șabloane dedicate și integrări cu alte aplicații pentru extinderea funcționalităților.



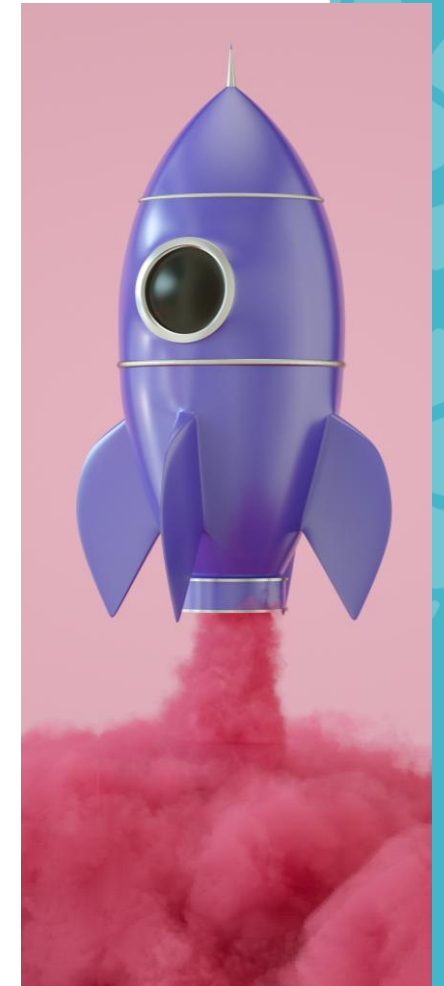
Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas

6. Pregătirea pentru Lansare: Introducerea MVP-ului în fața utilizatorilor reali pentru colectarea datelor.

CUM: Planifică o lansare de mică amploare care să vizeze un segment al potențialilor tăi clienți. Ia în considerare diverse canale de vânzare, precum: lansare soft online pentru a testa reacția inițială a pieței, participarea la un eveniment comercial sau pentru consumatori, unde publicul țintă poate interacționa cu produsul, o lansare limitată într-un mediu controlat, pentru a monitoriza direct utilizarea și feedback-ul.

7. Bucla de Feedback: Crearea unui sistem eficient pentru colectarea și analiza feedbackului utilizatorilor.

CUM: Utilizează instrumente simple de feedback, cum ar fi sondaje pentru utilizatori, interviuri individuale sau teste de utilizabilitate. Pentru produsele digitale, implementează funcții care solicită feedback direct în aplicație sau pe site-ul web, imediat după utilizare. Analizează feedbackul pentru a identifica tendințele și posibilele îmbunătățiri înainte de lansarea la scară largă.



Exemplu: Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas



Context: Lena este o antreprenoare socială cu experiență în planificare urbană și cunoștințe personale despre provocările mobilității reduse. Ea a observat obstacole semnificative în accesibilitatea mediului urban, de la clădiri publice la sistemele de transport. Pentru a îmbunătăți această situație, Lena dorește să creeze o afacere de consultanță..

1. Identificarea Propoziției de Valoare de Bază

Identificarea problemei: Mediile urbane nu sunt dotate cu suficiente facilități pentru persoanele cu dizabilități, ceea ce îngreunează navigarea, accesul la servicii și limitează participarea acestora la activități comunitare și economice.

Afacerea Lenei, **Access Urban**, este un serviciu de consultanță care va ajuta urbanistii, companiile și instituțiile publice să proiecteze și să adapteze spațiile urbane pentru a fi complet accesibile persoanelor de toate abilitățile.



Exemplu: Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas



Perspectivă: Parcursul Lenei ca antreprenor social cu dizabilități îi oferă un punct de vedere unic în industria planificării urbane, care, în mod tradițional, nu este foarte diversă în ceea ce privește reprezentarea persoanelor cu dizabilități.

2. Definirea caracteristicilor MVP

Abordarea Lenei: Valorificând expertiza sa în planificare urbană și perspectivele personale asupra provocărilor de mobilitate, Lena selectează cele mai critice servicii care oferă valoare imediată potențialilor clienți.

Oferta inițială de servicii: Lena decide să se concentreze pe audituri de accesibilitate, care sunt evaluări cuprinzătoare ale spațiilor publice pentru a analiza nivelul actual de accesibilitate și pentru a oferi recomandări de îmbunătățire.

Caracteristici cheie: Aceste audituri vor include inspecții detaliate ale locațiilor, verificări ale conformității accesibilității în raport cu standardele naționale și recomandări practice și inovatoare, adaptate fiecărui spațiu.



Exemplu: Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas



3. Proiectarea unui Prototip Simplu:

Dezvoltarea prototipului de către Lena: Folosindu-se de experiența acumulată în proiectele anterioare, Lena creează un raport detaliat de audit ca exemplu. Acest raport evidențiază barierele potențiale din spațiile urbane și propune modificări specifice pentru îmbunătățirea accesibilității.

Instrumente: Lena utilizează software CAD pentru a crea vizualizări ale modificărilor și îmbunătățirilor propuse în raport. De asemenea, dezvoltă un portofoliu profesional pe un site web simplu, unde prezintă rapoarte model și ilustrații vizuale ale îmbunătățirilor posibile.



Exemplu: Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas



4. Dezvoltarea MVP-ului: Optimizarea Dezvoltării MVP pentru Access Urban

Lena trebuie să stabilească relații solide cu autoritățile publice responsabile de aplicarea standardelor de accesibilitate și de implementarea proiectelor de infrastructură publică.

- **Creșterea gradului de conștientizare:** Lena participă activ la ședințele consiliului municipal, la sesiuni publice de planificare și la ateliere legate de dezvoltarea urbană. Ea oferă perspective valoroase, se bazează pe experiențele sale personale și furnizează feedback constructiv asupra planurilor propuse, construindu-și treptat reputația ca expertă implicată și pasionată de accesibilitate.

***Depășirea obstacolelor:** Pentru a evita barierele legate de finanțare, Lena ar putea opta pentru o campanie de crowdfunding, prezentându-și proiectul direct potențialilor utilizatori și susținătorilor care înțeleg și apreciază misiunea sa.*



Exemplu: Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas



4. Dezvoltarea MVP-ului: Optimizarea Dezvoltării MVP pentru Access Urban

- **Oferirea unui audio pilot:** Lena contactează administrația bibliotecii și oficialii guvernamentali locali responsabili de întreținerea clădirilor publice, propunând un audit gratuit de accesibilitate pentru o bibliotecă veche din comunitatea sa. Ea prezintă această inițiativă ca pe o oportunitate benefică pentru ambele părți: biblioteca primește recomandări valoroase fără costuri, iar Lena obține un proiect demonstrativ pentru portofoliul său.

Depășirea obstacolelor: Auditurile realizate de Lena depășesc cerințele minime de conformitate, concentrându-se pe îmbunătățiri practice ale utilizabilității bazate pe experiențe reale. Acest aspect diferențiază serviciile ei de cele oferite de consultanțele tradiționale. Stilul său de lucru implică colaborarea strânsă cu clienții, co-creând soluții incluzive și eficiente.



Exemplu: Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas



4. Scalarea MVP-ului:

Domeniu și amploare: Lena selectează între unul și trei proiecte pilot pentru a menține gestionabilitatea și a asigura calitatea serviciilor. Ea alege proiecte de diferite dimensiuni și complexități, cum ar fi un parc public mic, un centru comunitar și o dezvoltare privată aflată în renovare.

Metrice pentru scalare: Indicatorii de succes pentru extindere includ satisfacția clienților, rata de implementare a recomandărilor sale și recomandările primite ulterior din partea proiectelor pilot. Rezultatele pozitive vor valida o extindere mai amplă a serviciilor sale.

Strategie de preț pentru scalare: După etapa pilot, Lena planifică un model de prețuri diferențiat, bazat pe dimensiunea proiectului și tipul de client (sector public vs. privat). Acest model va reflecta complexitatea muncii și valoarea adăugată în ceea ce privește conformitatea, utilizabilitatea și îmbunătățirea imaginii publice.



Exemplu: Construirea MVP-ului: Ghid pas cu pas



5. Integrarea feedback-ului

Întâlniri structurate de follow-up: Lena programează întâlniri de follow-up cu toți factorii implicați după implementarea recomandărilor sale. Aceste întâlniri sunt concepute pentru a evalua percepția clienților asupra impactului auditului de accesibilitate, a discuta eventualele provocări și a măsura nivelul general de satisfacție.

Sondaje digitale: Lena dezvoltă și distribuie sondaje digitale către un public mai larg, inclusiv utilizatorii și angajații bibliotecii, pentru a colecta feedback specific asupra diverselor aspecte ale îmbunătățirilor recomandate și procesului de audit în sine.

Colectarea de testimoniale: Dacă clienții sunt mulțumiți de rezultate, Lena le solicită testimoniale scrise sau video care pot fi utilizate în scopuri de marketing și pentru a crește încrederea potențialilor clienți.



EXEMPLU: Dezvoltarea MVP-ului, Factorii Diferențiatori ai Lenei



Avantaje:

Perspectivă autentică: Experiența personală a Lenei cu problemele de mobilitate îi oferă o înțelegere autentică a nevoilor legate de accesibilitate, făcând ca serviciile oferite de ea să fie centrate pe utilizator și profund empatică.

Încrederea comunității: Statutul său de membru al comunității persoanelor cu dizabilități o ajută să construiască rapid încredere și relații cu publicul țintă, facilitând un feedback mai deschis.

Provocări:

Părtinire în finanțare: Se confruntă cu prejudecăți din partea potențialilor investitori care ar putea subestima capacitățile Lenei din cauza dizabilității sale, afectând astfel șansele de a obține finanțare inițială.

Limitări de resurse: Acces restrâns la anumite oportunități de networking pe care colegii fără dizabilități le consideră firești, afectând astfel vizibilitatea și parteneriatele în stadiile incipiente ale afacerii.



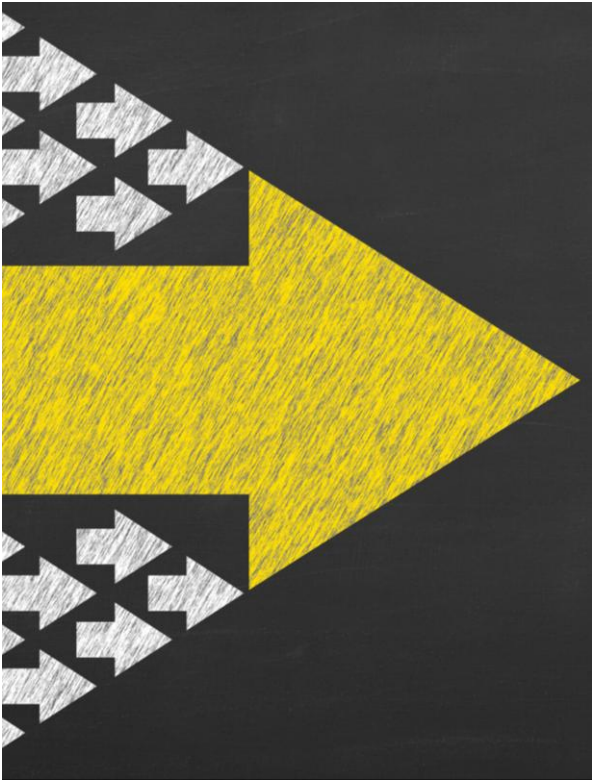


04

Dezvoltarea Ideii Tale Validate



Mergem mai departe



După ce ai dezvoltat cu succes un studiu de fezabilitate și ai testat produsul minim viabil (MVP), ai obținut informații valoroase despre nevoile pieței și potențialul produsului sau serviciului tău. **Această validare inițială este crucială, dar este doar începutul.**

Acum este momentul să valorifici impulsul și lecțiile învățate din MVP pentru a-ți extinde operațiunile, a-ți îmbunătăți ofertele și a-ți lansa oficial afacerea.

Următorii pași implică extinderea fundației solide pe care ai construit-o, adresarea unor piețe mai largi și implementarea unor sisteme robuste care să sprijine o creștere sustenabilă.



Ce știm până acum

Am compilat și analizat toate feedback-urile primite de la MVP-ul nostru, care includ atât informații calitative din interacțiunile cu clienții, cât și date cantitative precum costul produsului, inputurile necesare pentru producție sau servicii și chiar cifrele de vânzări. Începem să vedem cum se aliniază modelul nostru de afaceri cu normele din industrie și așteptările inițiale. Acest lucru ne permite să identificăm cele mai eficiente aspecte ale afacerii noastre și zonele care necesită ajustări strategice. Modulul 1, Secțiunea 4 oferă perspective valoroase despre modelele de afaceri. Am ales modelul potrivit pentru afacerea noastră? Pe baza feedback-ului utilizatorilor, prioritizăm îmbunătățiri ale funcționalităților și creșterea calității, aspecte care contribuie direct la satisfacția utilizatorilor și la funcționalitatea produsului..



Ce știm până acum

Ne rafinăm strategia de preț pentru a se alinia mai bine cu percepția valorii din partea clienților și cererea de pe piață.

Perspectivile obținute din discuțiile cu părțile interesate, inclusiv membrii echipei, partenerii și consilierii, au fost extrem de valoroase. Acestea ne-au oferit o viziune mai amplă asupra eficienței operaționale și a poziționării pe piață.



Mergem mai departe

Am parcurs un drum lung, dar călătoria este departe de a se încheia. Pe măsură ce te afli la acest punct de cotitură, reflectând asupra progresului realizat și privind spre viitor, este esențial să recunoști reperaile atinse și obstacolele depășite.

1. Nu este prea devreme pentru a sărbători realizările tale

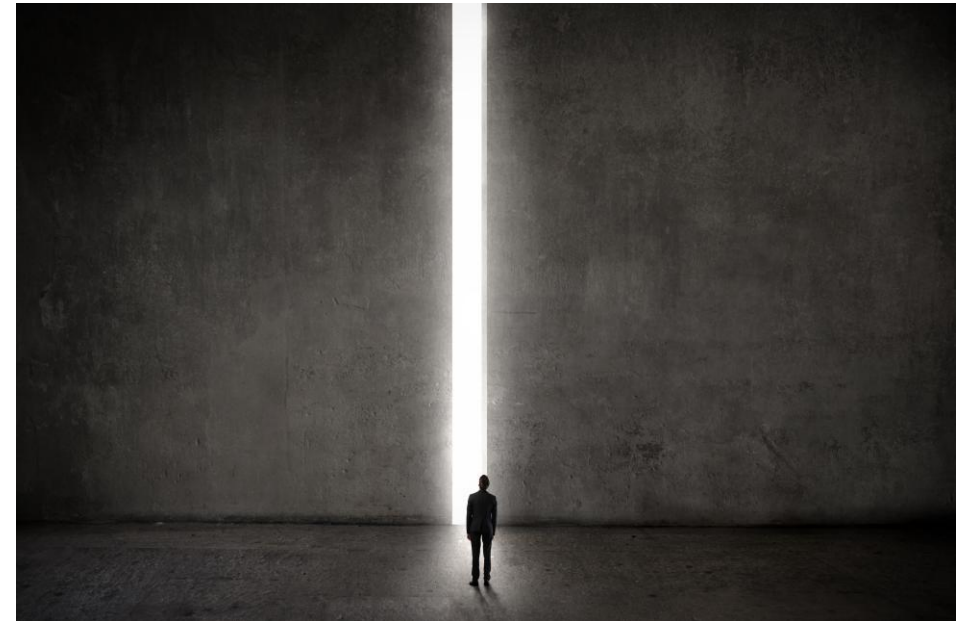
- Detaliază principalele repere atinse până acum, cum ar fi dezvoltarea cu succes a MVP-ului, integrarea feedback-ului critic și primele etape de penetrare a pieței.
- Evidențiază lecțiile valoroase care îți modelează strategia emergentă de afaceri și creștere. Recunoaște și asumă modul în care aceste lecții sunt esențiale pentru pregătirea ta în fața provocărilor viitoare.



Mergem mai departe

2. Recunoașterea obstacolelor actuale.

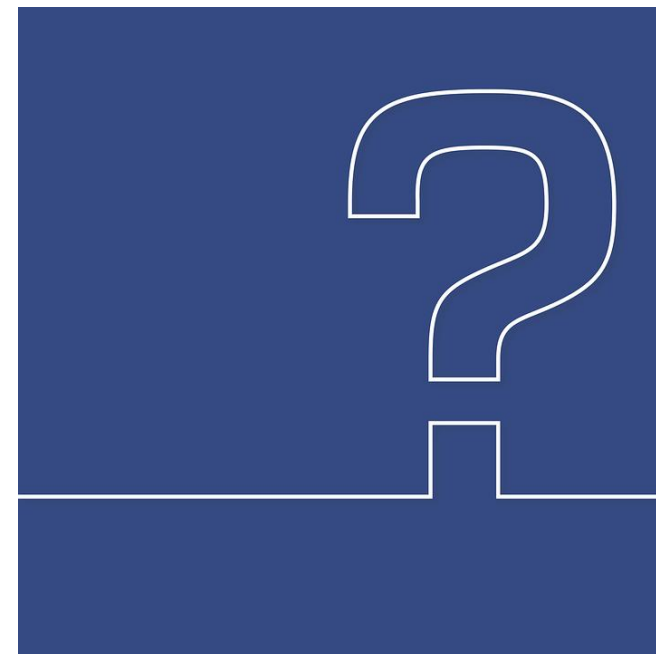
- Identifică provocările semnificative cu care se confruntă în prezent afacerea, cum ar fi scalarea operațiunilor, diversificarea liniilor de produse sau penetrarea pe noi piețe.
- Formulează strategii pentru a depăși aceste obstacole, inclusiv inovații în dezvoltarea produselor, îmbunătățiri în angajamentul clienților și consolidarea capacităților operaționale.



Mergem mai departe

3. Reîntoarce-te la motivul inițial.

- Amintește-ți fundația emoțională, momentul în care s-a născut această idee, provocările care te-au motivat și viziunea care te-a inspirat să începi.
- Reiterează viziunea pe termen lung pentru afacere.
- Cum se vede compania evoluând în următorii cinci ani?
- Ce impact îți dorești să ai în industrie sau în comunitate?



Reînnoiește-ți angajamentul față de valorile tale fundamentale și viziunea ta



VIZIONEAZĂ

„**Start with WHY**” de Simon Sinek este o recomandare excelentă.

Simon este un optimist de neclintit. El crede într-un viitor luminos și în capacitatea noastră de a-l construi împreună. Descriș ca „un gânditor vizionar cu o inteligență rară”, Simon și-a dedicat viața profesională avansării unei viziuni asupra lumii care încă nu există – o lume în care majoritatea oamenilor se trezesc în fiecare dimineață inspirați, se simt în siguranță oriunde s-ar afla și încheie ziua împliniți de munca pe care o fac.

Simon este autorul mai multor cărți bestseller, inclusiv Start With Why, Leaders Eat Last, Together is Better și The Infinite Game.





*“La ce e bună o idee dacă
rămâne doar o idee?
Încearcă”.*

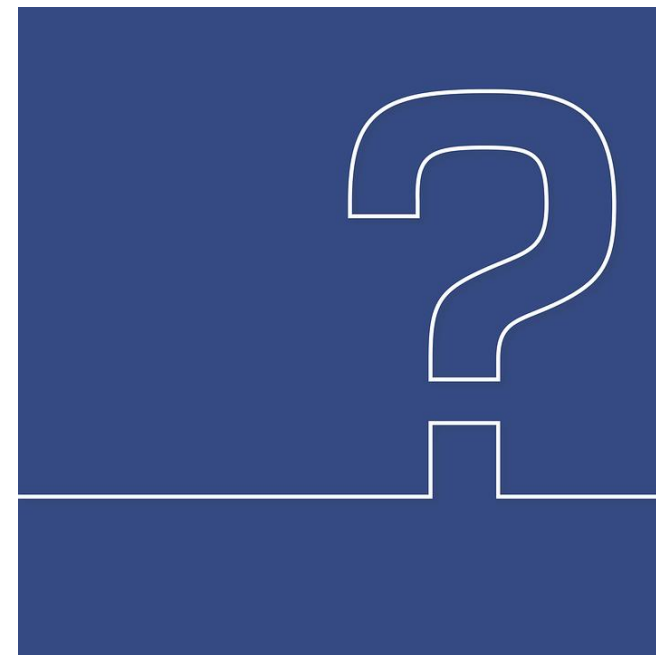
Simon Sinek



Mergem mai departe

3. Reîntoarce-te la motivul inițial.

- Amintește-ți fundația emoțională, momentul în care s-a născut această idee, provocările care te-au motivat și viziunea care te-a inspirat să începi.
- Reiterează viziunea pe termen lung pentru afacere.
- Cum se vede compania evoluând în următorii cinci ani?
- Ce impact îți dorești să ai în industrie sau în comunitate?



Reînnoiește-ți angajamentul față de valorile fundamentale și viziunea ta



Următorii pași pentru a avansa cu ideea ta validată

Protejează-ți ideea – 4 aspecte ale protecției proprietății intelectuale:

- 1. Brevete:** Dacă este cazul, solicită un brevet pentru a-ți proteja produsele inovatoare sau procesele unice împotriva copierii sau utilizării fără permisiune. Brevetele oferă un drept legal de a exclude alți competitori de la reproducerea invenției tale timp de până la 20 de ani. Totuși, acest proces poate fi costisitor.
- 2. Drepturi de autor:** Asigură protecția drepturilor de autor pentru lucrări originale, cum ar fi conținut scris, software, grafică și materiale de marketing. Drepturile de autor împiedică utilizarea fără consimțământ a lucrărilor tale originale și sunt valabile pe durata vieții autorului plus încă 70 de ani.



Următorii pași pentru a avansa cu ideea ta validată

Protejează-ți ideea – 4 aspecte ale protecției proprietății intelectuale :

3. Mărci înregistrate: Înregistrează mărci comerciale pentru numele brandului, logo-uri și slogane. Mărcile comerciale protejează simbolurile și cuvintele care reprezintă brandul tău în fața publicului, prevenind utilizarea de către alții a unor semne similare care ar putea crea confuzie.

4. Secrete comerciale: Protejează informațiile confidențiale ale afacerii prin acorduri de confidențialitate (NDA) și măsuri interne de securitate adecvate. Acestea pot include rețete, practici sau designuri care îți oferă un avantaj competitiv.



ACȚIUNE: Protecția Proprietății Intelectuale la Nivel Global și Național

Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale (WIPO): [WIPO - World Intellectual Property Organization](#)

Deși WIPO este o organizație globală, aceasta oferă instrumente și baze de date esențiale utile entităților din UE, inclusiv căutări internaționale de brevete și resurse privind diferite aspecte ale legislației proprietății intelectuale.

Fiecare țară din UE are propriul său **birou național de proprietate intelectuală**, care oferă ghiduri și resurse relevante pentru cadrul legal al acelei țări. Aceste birouri oferă adesea ghiduri detaliate, servicii pentru înregistrarea proprietății intelectuale și seminarii educaționale.

- **Germania:** Oficiul German pentru Brevete și Mărci [DPMA | Trade Marks](#)
- **Franța:** Institutul Național al Proprietății Industriale [INPI.fr | Welcome to the home of innovators](#)



Construirea unei Prezențe Online Puternice

Poate că ai creat un website de bază în timpul procesului de dezvoltare a MVP-ului, dar acum este momentul să îți dezvolți mai departe prezența online sau să începi un nou proces de dezvoltare a site-ului web.

- **Asigură-ți un domeniu puternic.**

- **Investește cât de mult poți într-un website profesional.** Dacă pagina inițială a fost realizată rapid sau fără ajutor profesionist, ia în considerare angajarea unui designer web profesionist pentru a îmbunătăți atractivitatea vizuală și experiența utilizatorului.

- **Asigură-te că site-ul tău este responsive.** Planifică traseul utilizatorului pentru a fi cât mai intuitiv posibil. Simplifică navigarea, optimizează conținutul și asigură-te că apelurile la acțiune (CTAs) sunt clare și convingătoare.

- **Funcționalități suplimentare.** Pe măsură ce te apropii de lansarea completă a afacerii, ia în considerare adăugarea unor funcții noi, cum ar fi capacități de e-commerce, forumuri de utilizatori, chatbot-uri pentru suport clienți sau instrumente interactive.

- **Îmbunătățiri de securitate.** Asigură-te că site-ul tău este securizat, mai ales dacă gestionezi date sensibile ale utilizatorilor. Implementează măsuri de securitate precum certificate SSL, audituri de securitate periodice și conformitate cu reglementările privind protecția datelor, cum ar fi GDPR.



Construirea unei Prezențe Online Puternice

Nu este niciodată prea devreme să îți planifici **strategia de social media**.

- **Concentrează-te pe platformele unde publicul tău țintă este cel mai activ.** Unde îți petrec timpul online majoritatea potențialilor tăi clienți? Prioritizează două sau trei platforme care se aliniază cel mai bine cu preferințele audienței tale și cu obiectivele afacerii. De exemplu, dacă vizezi un public mai tânăr, Instagram și TikTok pot fi priorități, în timp ce o afacere B2B s-ar putea orienta mai mult către LinkedIn.
- **Construiește o listă de email marketing.** Implementarea unor strategii eficiente pentru captarea adreselor de email este esențială. Poți oferi stimulente precum descărcări gratuite, conținut exclusiv sau reduceri pentru prima comandă în schimbul abonării la newsletter.

Nu este niciodată prea devreme să îți planifici strategiile de social media și email marketing.
Consultă Modulul 8 - Marketing și Vânzări pentru Antreprenori din Comunități Subreprezentate pentru a dezvolta un plan concret în această direcție



Construirea unei echipe puternice

Este posibil să fi început această aventură pe cont propriu. Totuși, construirea unei echipe solide este esențială pe măsură ce afacerea ta crește. Acesta este un factor-cheie în deciziile investitorilor. Tranziția de la un efort individual la un mediu de afaceri colaborativ îți poate îmbunătăți semnificativ capacitatea de inovare, execuție și atragere a investițiilor.

- **Formează o echipă** care să acopere domeniile critice ale afacerii – operațiuni, marketing, finanțe și dezvoltare de produs.
- **Demonstrează că echipa ta** are abilitățile și experiența necesare pentru a implementa cu succes planul de afaceri.
- **Consiliu consultativ:** Ia în considerare formarea unui consiliu consultativ format din profesioniști cu experiență care pot oferi sfaturi strategice și îți pot crește credibilitatea în fața investitorilor.



Consolidarea Planului de Afaceri

Adună toate informațiile pe care le-ai acumulat pentru a crea un plan de afaceri solid

Detaliază modelul de afaceri, analiza pieței, peisajul competitiv, strategia de vânzări și marketing, planul operațional și proiecțiile financiare:

Prezintă concluziile studiului de fezabilitate și validarea MVP-ului pentru a demonstra cererea pentru produsul sau serviciul tău.

Dezvoltare iterativă: Arată că ești receptiv la feedback și că ai ajustat produsul pe baza opiniilor utilizatorilor reali, îmbunătățind astfel potrivirea pe piață.

Claritate și comunicare excelentă în propunerea de valoare: Definește clar ce face ca afacerea ta să fie unică și de ce reprezintă o investiție viabilă.

Echipa: Demonstrează că echipa ta are competențele și experiența necesare pentru a implementa cu succes planul de afaceri.



Consolidarea Planului de Afaceri

Adună toate informațiile pe care le-ai acumulat pentru a crea un plan de afaceri solid

Înțelegerea Aspectelor Financiare și a Nevoilor de Finanțare:

- Detaliază fluxurile de venit și oferă proiecții financiare realiste.
- Fii transparent cu privire la presupunerile tale și riscurile implicate.
- Specifică de câtă finanțare ai nevoie, cum va fi utilizată și cum va contribui la creșterea afacerii tale.
- Defineste clar etapele pe care te aștepti să le atingi cu această finanțare.



Punerea Afacerii pe Picioare: Pregătirea pentru Investiții

Trecerea către obținerea finanțării pentru afacerea ta și pregătirea pentru discuțiile de investiții sunt următoarele etape critice.

Cursul nostru MOSAIC te acoperă!

Modul 4: Cum obțin finanțare pentru ideea mea?

Modul 5: Cum îmi gestionez finanțele?

Modul 8: Ajutor financiar pentru antreprenori subreprezențați, Mediere





05

Auto-reflecție și Referințe



EXERCIȚIUL 1: Validarea Ideii de Afaceri

Obiectiv: Ajutarea cursanților să evalueze în mod critic viabilitatea și impactul potențial al ideii lor de afaceri înainte de a merge mai departe.

Exercițiu: Crearea unui șablon dinamic și interactiv pentru evaluarea ideii de afaceri folosind un instrument precum Miro, pentru a face procesul mai intuitiv din punct de vedere vizual. Miro este o platformă online colaborativă de tip tablă albă, care poate ajuta la vizualizarea conceptelor și facilitarea sesiunilor de brainstorming într-un mod eficient. Multe dintre funcțiile disponibile pot fi accesate cu un cont gratuit.

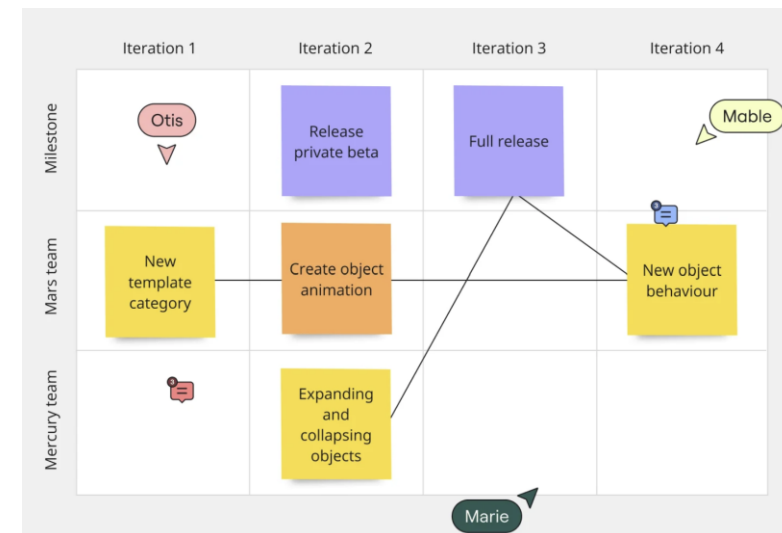
Alte opțiuni includ [Mural](#) – o companie de inteligență colaborativă | [Mural](#), [Cacoo](#) – instrument online pentru diagramare colaborativă | [Nulab](#) și [Secure Collaboration Tool for Hybrid teams](#) – instrument de colaborare securizată pentru echipe hibride | [Conceptboard](#)



Pași pentru Crearea unui Panou de Evaluare a Ideii de Afaceri în Miro

Creează un panou nou:

- Autentică-te în Miro sau creează un cont dacă nu ai deja unul.
- Începe un panou nou din tabloul de bord.
- Folosește instrumentul „frame” pentru a crea secțiuni separate pentru fiecare criteriu de evaluare.
- Denumeste fiecare secțiune cu un criteriu, cum ar fi: Dimensiunea pieței, Potrivirea cu publicul țintă, Analiza costurilor inițiale, Scalabilitate și Provocări potențiale.
- În interiorul fiecărui cadru, folosește notițe adezive sau casete de text pentru a adăuga descrieri sau întrebări care să ghideze utilizatorii în evaluarea fiecărui criteriu.
- De exemplu, la Dimensiunea pieței, ai putea întreba: *Care este dimensiunea estimată a pieței țintă? Care sunt previziunile de creștere??*



ÎNCEPE ACUM

[Cum să folosești Miro | Ghidul tău de început](#)



Pași pentru Crearea unui Panou de Evaluare a Ideii de Afaceri în Miro

Devino Interactiv:

- **Incorporează sondaje** sau autocolante de vot în fiecare secțiune pentru a permite colaboratorilor de încredere să evalueze cât de bine se potrivește ideea de afaceri fiecărui criteriu.
- **Folosește săgeți sau linii de conectare** pentru a arăta relațiile sau dependențele dintre diferiți factori.
- **Activează comentariile** pentru membrii echipei, astfel încât aceștia să poată oferi feedback detaliat direct pe panou.
- **Utilizează pictograme și markere** pentru a reprezenta vizual diferite aspecte ale analizei, cum ar fi riscuri, oportunități și puncte forte.

Adaugă Resurse

- Include **linkuri către resurse externe**, lucrări de cercetare sau rapoarte de analiză a pieței direct în secțiunile relevante pentru acces facil în timpul discuțiilor. Incorporează imagini sau videoclipuri care oferă context suplimentar sau exemplifică analize similare ale modelelor de afaceri.



Pași pentru Crearea unui Panou de Evaluare a Ideii de Afaceri în Miro

Pregătirea pentru revizuire:

- **Aranjează o secțiune** în partea de jos sau pe lateralul panoului pentru concluzii finale și evaluarea generală.
- **Pregătește o zonă rezumat**, unde să evidențiezi principalele concluzii și punctele de decizie după evaluare

Invitarea participanților:

- **Distribuie panoul** membrilor echipei, mentorilor sau consilierilor.
- **Programează o sesiune live** în care toți participanții să poată contribui în timp real, făcând sesiunea mai dinamică și colaborativă

Opțiuni de salvare și export:

- **Asigură-te că toate modificările sunt salvate** și oferă participanților posibilitatea de a exporta panoul în format PDF pentru revizuire sau documentare ulterioară.



EXERCIȚIUL 2: Planificare de MVP și bucla de feedback

Obiectiv: Sprijinirea cursanților în aplicarea principiilor startup-urilor lean pentru a construi un produs cu caracteristici minime care să îndeplinească nevoile clienților și să stabilească un proces de dezvoltare iterativă bazat pe feedback real al utilizatorilor.

1. Definirea scopului MVP-ului:

- **Sarcină:** Identifică și notează problema principală pe care MVP-ul tău o va rezolva. Clarifică modul în care aceasta se aliniază cu nevoile pieței țintă.
Instrument: Utilizează instrumente precum șabloane de profilare a clienților și cadre de definire a problemei pentru a clarifica problema și modul în care MVP-ul tău o abordează. Aceste instrumente includ **VISME** (vezi pagina următoare) [Șablon de Persona de Utilizator](#) | **Cacoo** | **Nulab** și **Userpilot** [11 Exemple de Persona de Utilizator și Șabloane](#)



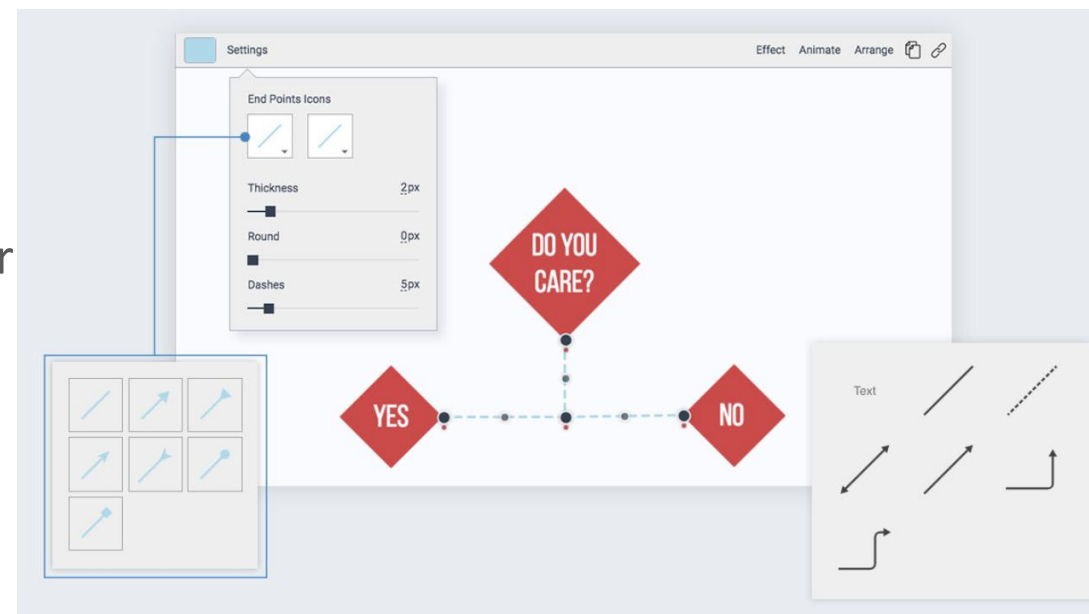
Pași pentru a Progresa cu Instrumentul VISME pentru Planificarea MVP și Bucla de Feedback

2. Identifică caracteristicile esențiale

Determină caracteristicile esențiale pe care MVP-ul tău trebuie să le includă pentru a răspunde eficient nevoilor principale ale pieței tale țintă. Prioritizează aceste caracteristici pe baza impactului lor potențial și a fezabilității.

Folosind Visme: Creează grile de priorizare a caracteristicilor sau aplică metoda MoSCoW (Trebuie să aibă, Ar trebui să aibă, Ar putea avea, Nu va avea deocamdată) utilizând diagramele și șabloanele personalizabile din Visme pentru a vizualiza aceste priorități.

Acțiune: Alege o diagramă sau un șablon de grilă în Visme și enumeră caracteristicile tale, folosind culori diferite sau simboluri pentru a indica nivelurile de prioritate.



VIZIONEAZĂ:

https://youtu.be/Ve3JZtWrFh0?si=qFDGtw_ztKbnEtVH



Pași pentru a Progresa cu Instrumentul VISME pentru Planificarea MVP și Bucla de Feedback

3. Dezvoltarea MVP-ului

Sarcină: Construiește o versiune de bază a produsului tău care să includă doar caracteristicile esențiale. Această versiune trebuie să fie funcțională pentru a satisface nevoile principale și să fie viabilă pentru a fi introdusă utilizatorilor timpurii.

Folosind Visme: Utilizează Visme pentru a schița vizual aspectul sau arhitectura MVP-ului. Poți crea diagrame de flux sau machete direct în Visme care să reprezinte interfața utilizatorului și experiența acestuia.

Acțiune: Proiectează un mockup simplu al produsului sau o diagramă arhitecturală în Visme care ilustrează modul în care funcționează MVP-ul din perspectiva utilizatorului.

4. Configurarea mecanismelor de feedback

Sarcină: Stabilește canale și instrumente eficiente pentru colectarea feedbackului de la primii utilizatori ai MVP-ului. Acestea pot include sondaje, interviuri și analize ale datelor de utilizare.

Folosind Visme: Creează sondaje interactive sau formulare de feedback în Visme, pe care le poți integra în MVP sau trimite utilizatorilor după ce testează produsul.

Acțiune: Proiectează un sondaj atractiv vizual în Visme, personalizează-l pentru a se potrivi cu brandul tău și încorporează-l sau partajează-l cu utilizatorii tăi.



Pași pentru a Progresa cu Instrumentul VISME pentru Planificarea MVP și Bucla de Feedback

5. Colectarea și analiza feedback-ului

Sarcină: Strânge în mod sistematic feedback-ul pe măsură ce utilizatorii interacționează cu MVP-ul tău. Acordă atenție atât perspectivelor calitative, cât și datelor cantitative.

Folosind Visme: Compilează și vizualizează datele de feedback folosind instrumentele de vizualizare a datelor din Visme, cum ar fi grafice, diagrame circulare și hărți de căldură.

Acțiune: Actualizează regulat datele vizuale în Visme pe măsură ce primești feedback nou, permițând o analiză în timp real și un răspuns rapid la nevoile utilizatorilor.

6. Iterarea pe baza feedback-ului

Sarcină: Perfecționează MVP-ul în funcție de feedback: modifică funcționalități, remediază probleme și, eventual, adaugă noi elemente pe care utilizatorii le consideră necesare.

Folosind Visme: Actualizează diagramele și machetele MVP-ului în Visme pentru a reflecta fiecare iterație. Utilizează instrumentele de prezentare din Visme pentru a documenta modificările și a comunica actualizările stakeholderilor.

Acțiune: Menține un jurnal iterativ în Visme, evidențiind evoluția MVP-ului odată cu fiecare ciclu de feedback.

Această utilizare structurată a Visme ajută la menținerea clarității și eficienței pe tot parcursul procesului de dezvoltare a MVP-ului, facilitând gestionarea și înțelegerea informațiilor complexe și a modificărilor





mosaic
inclusive investing for founders

Felicitări pentru finalizarea Modulului 2

Urmează Modulul 3: Alfabetizare financiară și planificare de afaceri pentru fondatori subreprezențați



www.mosaic4investing.eu

This resource is licensed
under CC BY 4.0



Cofinanțat de
Uniunea Europeană

Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile și punctele de vedere exprimate aparțin însă exclusiv autorului/autorilor și nu reflectă neapărat cele ale Uniunii Europene sau ale Agenției Executive pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană, nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.