



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**

2016-1-DE02-KA202-003277

Creșterea gradului de conștientizare cu privire la o afacere verde:

Sesiunea 1

Creșterea nivelului de conștientizare - ce este?

[Introduceți numele moderatorului]

Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această publicație reflectă numai punctul de vedere al autorului și Comisia nu este responsabilă pentru eventuala utilizare a informațiilor pe care le conține.



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Privire de ansamblu

- ◆ Obiective și rezultatele învățării
- ◆ Să începem
- ◆ Ce este?
- ◆ Înțelegerea mediului de afaceri și a clienților
- ◆ Care este propunerea dvs. de valoare?
- ◆ Înțelegerea nevoilor clienților
- ◆ Rezumat



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Obiectiv general

◆ Scopul general al workshopului este să:

prezinte conceptul de creștere a gradului de conștientizare cu privire la afacerile verzi

◆ În acest sens, workshopul vă va permite să: (i) reflectați asupra modalității de creștere a gradului de conștientizare cu privire la afacere și la modul în care contribuie la asigurarea propunerii de valoare și (ii) să înțelegeți nevoile și dorințele clienților



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Rezultatele învățării

- ◆ Până la finalul workshopului, veți fi în măsură să:
 - ◆ Înțelegeți ce presupune creșterea gradului de conștientizare în contextul demarării și dezvoltării unei afaceri verzi
 - ◆ Înțelegeți impactul mediului de afaceri asupra dezvoltării propunerii de valoare a unei afaceri verzi
 - ◆ Analizați piața și nevoile clienților



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Procesul de învățare

- ◆ Conținut
- ◆ Activitate de grup
- ◆ Reflecție individuală
- ◆ ... și învățare, și distracție



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Să începem...

- ◆ O întrebare rapidă:
- ◆ **Ce înseamnă creșterea gradului de conștientizare în cazul demarării și gestionării unei afaceri verzi pentru dvs.?**
- ◆ Împărtășiți gândurile dvs. celorlalți membri ai grupului



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**

“

Ce este?

Procesul prin care companiile creează plus valoare pentru clienți și stabilesc relații ferme cu clienții pentru a căpăta, în schimb, valoare (Kotler și Armstrong, 2015, p. 29)

Procesul de management responsabil de identificarea, anticiparea și satisfacerea nevoilor clienților în mod profitabil (Chartered Institute of Marketing)



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**

“

Ce este?

Marketingul presupune în general creșterea numărului de clienți pentru a crește nivelul de cumpărare, mai des și de preferat la prețuri mai mari. Totuși, a vă ascunde în spatele unui sistem defectuos de management al relației cu clienții (al dvs. chiar funcționează?), a transmite e-mail-uri nerelevante pentru a îmbunătăți tranzacțiile defectuoase cu clienții nu este calea de urmat (Craven, 2015)



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Ce este?

- ◆ Activitățile realizate pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la afacere sunt considerate, de obicei, drept marketing
- ◆ Diferența dintre marketing și vânzare
- ◆ Marketingul ca interfață vs. Marketingul ca funcție
- ◆ Importanța înțelegerii clientului



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Ce este?

◆ **Activitate**

◆ Pe baza surselor secundare de material (de ex., material de marketing, pagini web, conținut în social media), realizați o comparație între activitățile de marketing ale unei afaceri verzi mici cu cele ale unei afaceri verzi mari.

◆ Identificați asemănările și deosebirile dintre cele două.



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Câteva întrebări...

◆ Întrebări cheie:

- ◆ De ce oamenii trebuie să cumpere de la dvs. când pot cumpăra de la concurență?
- ◆ Ce face ca afacerea dvs. să fie diferită de celelalte?
- ◆ Ce cred clienții despre dvs. și afacerea dvs.?
- ◆ Le oferiți clienților ce își doresc în prezent? Dar în viitor?



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Înțelegerea mediului de afaceri

- ◆ La începutul sau în decursul dezvoltării unei afaceri verzi, veți avea parte de o rețea de stakeholderi ce trebuie manageriată
- ◆ Rețeaua de relații reprezintă mediul dvs. de afaceri sau mediul de lucru (Rosenbusch et al., 2013)



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Înțelegerea mediului de afaceri

◆ Înțelegerea mediului de lucru este importantă deoarece:

- ◆ Există mai multe grade de incertitudine și schimbare în mediul de afaceri care duc atât la oportunități, cât și la provocări pentru afacerile verzi noi sau existente
- ◆ Tendințele pe care le putem observa vor contura nevoile și cererea clienților
- ◆ Este important să evitați surprizele, întrucât costurile pot fi ridicate



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Înțelegerea mediului de afaceri

Push – examples of change which threaten the business



Pull – examples of change which offer opportunities

Your customers start thinking your product and service offerings are old-fashioned

You find new ways to do things better

Your 'star' products and services reach the end of their life cycle

New markets want your products

Competitors do what you do better or more cheaply

You find ways to do new things

Your customers' requirements change

New techniques change what you can do

New products and services make yours unnecessary

Government policy offers incentives and subsidies

Regulation increases your costs



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**

Înțelegerea mediului de afaceri

- ◆ Există o varietate de instrumente care pot fi folosite pentru a putea înțelege mediul de afaceri
- ◆ Instrumentul folosit cel mai des este cadrul PEST(LE)
- ◆ PESTLE – Politic, Economic, Social, Tehnologic, Legislativ, de Mediu



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Înțelegerea mediului de afaceri

◆ **Activitate:**

◆ În grupuri de 3-4 persoane, completați analiza PEST a mediului de afaceri pentru o economie verde în [țara în care se desfășoară workshopul]

◆ Pe baza propriei analize, identificați implicațiile demarării sau dezvoltării unei afaceri verzi

◆ Realizați un rezumat al punctelor esențiale cu ajutorul unei prezentări informale



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Înțelegerea clientului

- ◆ Diferite tipuri de clienți – actual, viitor, fost
- ◆ Diferența dintre nevoie și cerere
- ◆ *Nevoia* poate fi definită drept o lipsă resimțită (Maslow, 1943)
- ◆ *Cererea* reprezintă forma pe care o iau nevoile omului, fiind conturată de culturile locale și personalitățile individuale



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Înțelegerea clientului

- ◆ Clienții de obicei aleg dintr-o mare varietate de produse și servicii pentru a-și satisface propria nevoie sau cerere
- ◆ Aceste nevoi trebuie satisfăcute prin oferta de marketing
- ◆ Este important să urmăriți să oferiți produse și servicii grupurilor de clienți ce împărtășesc aceleași nevoi și dorințe
- ◆ Dacă o afacere demonstrează că are drept țintă orice persoană, de fapt nu are nicio țintă reală



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Înțelegerea clientului

◆ Procesul de identificare și divizare în segmente a pieței de clienți se numește *segmentarea pieței*

◆ Piața poate fi definită sau segmentată pe baza unor criterii precum:

- ◆ Așezarea geografică
- ◆ Situația demografică
- ◆ Instituții
- ◆ Comportamente
- ◆ Stil de viață



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Înțelegerea clientului

- ◆ Există un număr de studii care au realizat segmentarea pieței afacerilor verzi

- ◆ Acestea cuprind:
 - ◆ Segmentare verde și edică – Call Credit
 - ◆ Cadrul de acțiune pentru marketing verde – Yankelovich
 - ◆ Trei fețe ecologice – Green America, Association for Enterprise Opportunity și EcoVentures International



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Înțelegerea clientului

◆ **Activitate:**

◆ Reflectați asupra potențialilor sau actualilor clienți ai afacerii dvs.:

◆ Identificați grupuri sau segmente de clienți și nevoile acestora

◆ Evaluați gradul în care activitatea dvs. de marketing (formală și informală) va satisface nevoile acestor grupuri diferite



Erasmus+



GREEN ENTREPRENEURSHIP TRAINING

Dezvoltarea propunerii de valoare










The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On:
Iteration:

<p>Key Partners</p>  <p>Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform?</p> <p>Business Model Canvas © 2012 Alexander Osterwalder www.businessmodelgeneration.com</p>	<p>Key Activities</p>  <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Business Channels?</p> <p>Business Model Canvas © 2012 Alexander Osterwalder www.businessmodelgeneration.com</p>	<p>Value Propositions</p>  <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying?</p> <p>Business Model Canvas © 2012 Alexander Osterwalder www.businessmodelgeneration.com</p>	<p>Customer Relationships</p>  <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?</p> <p>Business Model Canvas © 2012 Alexander Osterwalder www.businessmodelgeneration.com</p>	<p>Customer Segments</p>  <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</p> <p>Business Model Canvas © 2012 Alexander Osterwalder www.businessmodelgeneration.com</p>
<p>Cost Structure</p>  <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p> <p>Business Model Canvas © 2012 Alexander Osterwalder www.businessmodelgeneration.com</p>	<p>Revenue Streams</p>  <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?</p> <p>Business Model Canvas © 2012 Alexander Osterwalder www.businessmodelgeneration.com</p>			





**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Dezvoltarea propunerii de valoare

- ◆ O poziționare, propoziție sau frază introductivă care cuprinde esența valorii oferite de afacere

- ◆ În contextul dezvoltării unui model de afaceri, poziționarea se referă din ce în ce mai des la propunerea de valoare (Osterwalder și Pigneur, 2010)



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Dezvoltarea propunerii de valoare

OLIO

ABOUT

FOOD WASTE

GET INVOLVED

CHARITABLE FUNDRAISING

SHOP

BLOG

FAQS



JOIN THE FOOD SHARING REVOLUTION

OLIO is a free app connecting people with their neighbours and with local shops so surplus food and other items can be shared, not thrown away.

If you love food, hate waste, care about the environment or want to connect with your community, OLIO is for you.



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING

Dezvoltarea propunerii de valoare



"Tinder for beards" - CNBC

[Log in](#) [Sign up](#) [Blog](#) [Media kit](#)



Connecting those with beards to those
who want to stroke beards.

Create your free account today

Do you have a beard?

yes

no





GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING

Dezvoltarea propunerii de valoare

- ◆ **Activitate:**
- ◆ Cum ați descrie propunerea de valoare a afacerii dvs.?
- ◆ Ce plus valoare oferiți clienților dvs.?



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Rezumat

- ◆ Conceptul de marketing este folosit pentru a descrie activitățile realizate în vederea creșterii gradului de conștientizare cu privire la afacere
- ◆ Importanța înțelegerii tendințelor actuale în mediul de afaceri
- ◆ Activitate centrată pe client
- ◆ Importanța dezvoltării unei propuneri de valoare clară pentru afacerea dvs. care să aibă nevoile clienților drept referință directă



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Temă

- ◆ Folosiți cadrul de segmentare pentru a înțelege nevoile și experiența potențialelor/actualelor segmente de clienți
- ◆ Realizați un rezumat care să fie împărtășit celorlalți în cadrul următorului workshop



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Vă mulțumim!

Pentru informații suplimentare

Vizitați site-ul nostru
Green-entrepreneurship.online



Erasmus+