

Modul S5

Venituri

Venituri Canvas + Preț



S5: Venituri Canvas + Obiectivele modulului de stabilire a prețurilor

La sfârșitul acestui modul:

- ***Participanții vor putea identifica modelul de afaceri Canvas și modul în care secțiunea 9, Venituri, îi va ajuta să identifice fluxurile de venituri pentru întreprinderea lor socială.***
- ***Participanții vor putea identifica cel puțin 5 fluxuri diferite de venituri din 4 sectoare***
- ***Participanții vor putea identifica 9 modele de prețuri***

S5: Venituri Canvas

Modul S5

Pregătire: 30 minute



Discutați următoarele:

Ce este „venitul” și cum ar putea diferi acest lucru într-o întreprindere socială față de alte sectoare.



S5: Venituri Canvas

Venitul reprezintă **suma totală a veniturilor generate de vânzarea de bunuri sau servicii legate de operațiunile principale ale companiei.**

Venitul sau venitul net reprezintă câștigurile totale ale companiei sau profitul



Întreprinderile sociale pot lua în considerare finanțarea participativă, sponsorizarea și contractele din sectorul public.



S5: Venituri Canvas

Cum să vă duceți întreprinderea socială sau afacerea de la o idee la un generator de venituri.

Utilizarea unui instrument numit **Model de Afaceri Canvas** este o modalitate de a vizualiza nouă elemente cheie ale planificării afacerii.

Poate fi folosit pentru planificarea noilor afaceri și, de asemenea, pentru dezvoltarea modelelor de afaceri existente.

Șablonul Canvas pentru modelul de afaceri permite crearea unei imagini de ansamblu concisă și vizuală a elementelor de bază ale planului de afaceri



S5: Venituri Canvas

Este un șablon strategic care ajută companiile și întreprinderile să-și descrie, să proiecteze și să-și analizeze modelele de afaceri.

Canvas a fost inventată de Alex Osterwalder, un teoretician și antreprenor elvețian în afaceri, ca parte a cercetării sale de doctorat.



Citiți: "Business Model Generation". ISBN: 978-0-470-87641-1

Vizionați: [Business Model Generation](#) | [Alex Osterwalder](#) | [Talks at Google](#)



S5: Venituri Canvas

Modelul de afaceri Canvas este un instrument excelent pentru a ajuta antreprenorii să înțeleagă un model de afaceri într-un mod simplu și structurat.

Folosirea acestei pânze va duce la informații despre clienții dvs., ce propuneri de valoare sunt oferite prin ce canale și modul în care compania sau întreprinderea dvs. socială poate genera bani și poate continua tranzacționarea.

Pânza modelului de afaceri poate fi folosită și pentru a compara propria afacere cu cea a unui concurent sau cu piața mai largă.



S5: Venituri Canvas

De ce să folosiți Modelul de Afaceri Canvas pentru întreprinderile sociale?

- Acesta va desena rapid o imagine a ceea ce presupune ideea ta.
- Vă permite să înțelegeți ceea ce încercați să realizați și să treceți prin procesul de a face conexiuni între idei și cum să o faceți profitabilă.
- Se uită la ce tipuri de decizii ale clienților influențează utilizarea a ceea ce oferiți.
- Permite tuturor să-și facă o idee clară despre ce va fi afacerea sau întreprinderea.



S5: Venituri Canvas

Pânza îi ajută pe antreprenori să-și dezvolte afacerea și să găsească un loc bun pentru a începe și pentru a revizuire continuă.

Există nouă elemente ale pânzei modelului de afaceri și în acest modul ne vom concentra pe numărul 9.

1. Propunere de Valoare
2. Segmente Clienți
3. Canale
4. Relații Clienți
5. Activități Cheie
6. Resurse Cheie
7. Parteneri Cheie
8. Structură Cost
- 9. Fluxuri de venit**



S5: Venituri Canvas



Vizionați clipul și răspundeți la urătoarele întrebări:

- 1: Care sunt diferitele abordări legate de venituri?
2. Ce alte modalități diferite sunt evidențiate pentru clienți în vederea plății?



S5: Venituri Canvas

1: Care sunt diferitele abordări privind veniturile?

- Vânzare Active (vânzarea de bunuri spre deosebire de servicii)
- Taxă utilizare
- Abonament
- Închiriere/leasing
- Licențiere
- Brokerage
- Publicitate – tradițional și social media
- Donații

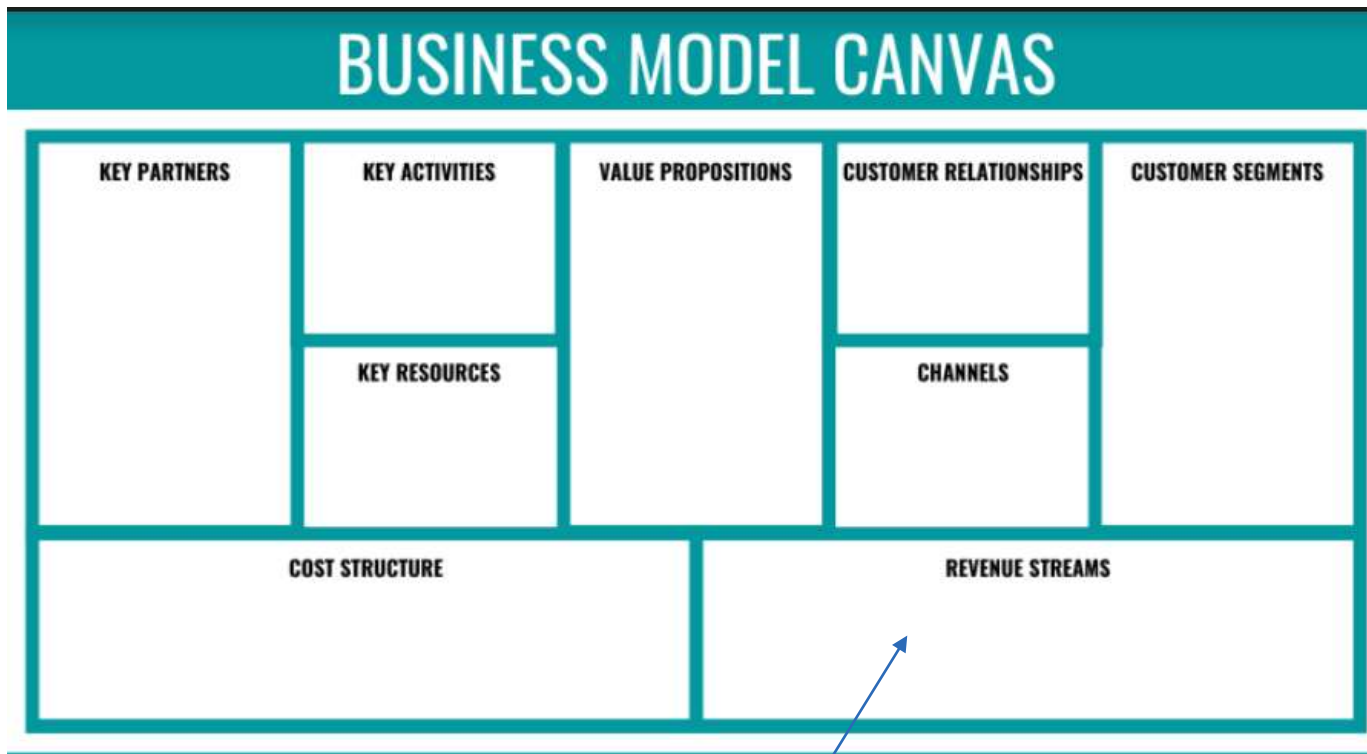
2. Prin ce moduri diferite pot plăti clienții dvs.?

- Plăți singulare
- Recurente, ex. semestrial/anual
- Per utilizare, ex. Relații clienți



S5: Venituri Canvas

Acesta este un exemplu de Model de Afaceri Canvas cu cele 9 segmente.



Ne vom uita îndeaproape la fluxurile de venit.



S5: Venituri Canvas

BUSINESS MODEL CANVAS

KEY PARTNERS

The term partners does not refer to business partnerships in the traditional sense but rather it refers to any external organisations who the business plans to partner with in order to deliver their value proposition.

These partners may include buyers, suppliers, subsidiaries, joint ventures, trade groups, regulatory bodies and alliances with other businesses

KEY ACTIVITIES

Identify the key activities that need to occur to make progress on the business plan. What activities and tasks need to be performed to implement the value proposition?

KEY RESOURCES

What resources are required to turn the value proposition into reality? Resources may include human, financial, time, equipment, facilities, knowledge, experience and skills.

VALUE PROPOSITIONS

This refers to the collection of products and services that a business offers in order to meet the needs and desires of their customers.

The value proposition should be what makes the business unique from all other competitors.

Value can be expressed through design, price, performance, customisation, accessibility, technology or any other similar means.

CUSTOMER RELATIONSHIPS

Customer service and retention should be at the heart of every business. A business needs to identify the strategies they will use to develop long-term, positive relationships with customers.

CHANNELS

A business needs to find channels which can effectively distribute its value proposition. Channels may include business controlled methods as well as external methods

CUSTOMER SEGMENTS

A business must understand exactly who their customers are in order to maximise their potential for income.

Customers can be segmented based on their different needs, attributes and interests. This process will ensure that communications and marketing strategies reach the right people.

A business may have one or multiple customer segments depending on the nature of their work.

COST STRUCTURE

Exploring the cost structure will ensure the business understands what costs and expenditure it will need to cover.

Considerations may include fixed costs, variable costs, sunk costs and over-heads along with any other associated expenses.

REVENUE STREAMS

Income can be obtained in a number of ways and a business needs to think beyond simply selling a product to a customer and explore other forms of income generation.

Additional revenue streams may include subscription, rental, licensing, advertising, affiliate sales and many more.



S5: Venituri Canvas

O întreprindere socială sau o afacere de succes știe de unde vor veni veniturile sale.

Veniturile pot fi obținute în mai multe moduri, iar această secțiune a modelului de afaceri vă încurajează să vă gândiți dincolo de a vinde un produs unui client, explorând alte forme de generare de venituri.

Fluxuri suplimentare de venituri pot include abonament, închiriere, licențiere, publicitate, vânzări conectate și multe altele.



S5: Venituri Canvas

Uitați-vă la diferitele sectoare și scrieți idei legate de fluxuri de venit diferite.



HOSPITALITY



S5: Venituri Canvas Revenue

Crowdfunding

Vânzare directă persoanelor

Leasing – dacă deții proprietate

Găzduire evenimente / evenimente de
împărtășire informații (webinarii, training,
conferințe, etc)

Contracte sector public și licitații

Abonament

Vânzare directă altor organizații sau afaceri



S5: Venituri Canvas

Fiți prietenos cu “copiii” sau
“animalele”

Recomandări/reduceri

Tarif ora/zi pentru camere

Mâncare și băuturi

Găzduire conferințe

Închiriere spațiu întâlnire
virtuală



S5: Venituri Canvas

Mâncare & Băuturi

Vânzare marfă

Oferire kituri masă

Crearea de cărți de bucate

Petrecheri private

Comenzi online și luare
produse la pachet

Promovare carduri cadou



S5: Venituri Canvas

Vânzare online

Piețe

Magazine

Din ușa în ușa

Franchising

Comanda prin poștă



S5: Venituri Canvas



potential



Urmăriți clipul și răspundeți pentru a revizui cunoștințele despre Fluxuri de Venit Cheie:

1: Puteți numi cele 7 arii cheie menționate?



S5: Venituri Canvas

Key Revenue Streams Used in Businesses	
▶	Asset sales
▶	Usage fee
▶	Subscription fee
▶	Leasing
▶	Licensing
▶	Brokerage fee
▶	Advertising



<https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas>
<https://bmttoolbox.net/tools/business-model-canvas/>



S5: + Preț

Aflați cât valorați

Nu subestima valoarea produsului sau serviciului tău. Dacă vă prețuiți ieftin, prima reacție a oamenilor este să întrebe de ce este atât de ieftin.

Câți oameni aleg încă mărci cunoscute în comparație cu brandurile proprii ale unui magazin și de ce fac acest lucru?



S5: Preț

- Liniște sufletească
- Încredere și reasigurare privind corectă a deciziilor pentru a nu dezamagi cu un produs perceput inferior
- Acceptare socială și adaptare
- Loialitate



Prețul este întotdeauna un subiect interesant – pentru afaceri și în special pentru antreprenorii sociali care adesea se gândesc doar la social și uită că fără prețul potrivit nu vor exista bani pentru a-și atinge obiectivul social.



S5: Preț

Prețul este conectat la marketing.

Fără a explica în mod clar calitățile și valoarea produsului sau serviciului tău, clienții dvs. nu îl vor aprecia pe deplin și nu veți obține vânzările, reputația sau succesul pe care vi l-ați propus.

enterprise
reputation
marketing social
pricing
customersvalue
success



S5: Preț

Există multe modele de prețuri pe care le-ați putea folosi și care funcționează cel mai bine în funcție de afacerea dvs. - iată câteva dintre ele:

**pricing
models**

- Prag rentabilitate
- Cost plus
- Competitiv
- Preț penetrare
- Scădere prețuri
- Prețuri de prestigiu
- Bazat pe valoare
- Preț prea mic
- Oferirea de discount



S5: Preț

Prag Rentabilitate

Acest lucru are ca rezultat perceperea prețului minim – rezultatul final. Acoperă doar costurile.

Primirea finanțării granturilor este un exemplu – întreaga sumă ar trebui cheltuită pentru livrarea comisionului.

Pragul de rentabilitate este admirabil, dar nu este un model de afaceri bun – ai nevoie de surplus pentru a putea face mai mult bine social, a dezvolta noi produse și servicii inovatoare și a fi antreprenorial.



S5: Preț

Cost Plus

Această metodă calculează costurile totale și apoi adăugați un procent stabilit pentru profit.

Acesta poate fi orice, totuși se recomandă un procent de cel puțin 20%. Permițându-vă să reinvestiți în întreprinderea socială sau să dezvoltați noi produse sau servicii.



S5: Preț

Competitiv

Rata curentă. Oferiți un serviciu sau un produs care este direct comparabil cu concurenții dvs.?

Jocurile video și îmbrăcămintea sport sunt exemple. Când unul crește prețul, veți vedea pe alții pe piață urmând în acest sens. O cercetare solidă a concurenților este importantă prin instrumente precum CRM (gestionarea relațiilor cu clienții).

Fiți atenți la această structură de preț - mai ieftin poate indica inferioritate. Mai mult - fiți gata să demonstrați ce vă face produsul sau serviciul mai bun.



S5: Preț

Prețuri de penetrare

Ați stabilit un preț scăzut inițial pentru a asigura volume mari de vânzări imediat ce vă lansați.

Dacă vindeți alimente sau articole de zi cu zi, acest lucru poate funcționa, deși este posibil să câștigați doar câțiva bani din fiecare vânzare pe care o veți vinde în volum.



S5: Preț

Scăderea prețurilor

Poate fi utilizat pentru produse cu cicluri de viață scurte atunci când clienții se „actualizează” la o nouă tehnologie, de ex. computere, telefoane mobile, jocuri și DVD-uri etc – unde aveți un preț mare, dar vindeți inițial volume mici.

Prețul va scădea întotdeauna, dar clientul dvs. dorește să îl acceseze acum.



S5: Preț

Preț de prestigiu

Clienții vor plăti mai mult pentru bunuri și servicii de calitate superioară.

Acesta este mai mult despre percepție decât despre fapte și funcționează adesea prin campanii de marketing în colaborare cu celebrități, din recomandări.



S5: Preț

Prețuri bazate pe valoare

Se aliniază cu beneficiile și calitățile produsului/serviciului dvs. Ce „valoare” în plus oferiți?

Vindeți produse organice sau naturale, sau produse în masă?

Oferiți garanții sau servicii post-vânzare?



S5: Preț

Preț prea mic

Prețul prea mic ar putea fi cea mai mare greșeală pe care o puteți face.

Poate veni din disperare sau inferioritate.

Este puțin probabil să reușiți să:

- Susțineți costurile
- Atrageți noi clienți
- Ridicați prețurile în viitor fără să pierdeți clienți

Și va duce inevitabil la potențiale probleme de flux de numerar.



S5: Preț

Oferirea de reduceri

Dacă nu puteți atrage clienți, atunci puteți oferi reduceri pentru prima achiziție sau înregistrându-vă pentru a primi e-mailuri/mailling-uri.

Reducerile continue, totuși, pot avea un impact negativ, deoarece ar putea părea că aveți supra-prețuri.



S5: Preț

Dacă obțineți prețul corect, următorul dvs. obiectiv este să îl faceți sustenabil.

Odată ce v-ați înființat întreprinderea socială sau afacerea, va trebui să vă asigurați că este sustenabilă financiar.

Acest lucru este esențial pentru ca dvs. să susțineți în continuare persoanele pe care v-ați propus să le ajutați sau clienții care doresc produsele sau serviciile dvs.



S5: Preț

Obținerea corectă a prețurilor este dificilă - acesta este un fapt.

Dacă înființați o mică afacere sau o întreprindere socială, stabilirea prețului poate părea un joc de noroc.

Este esențial să stabiliți prețuri care să atingă echilibrul între atragerea clienților plătitori și obținerea de profit.



S5: Preț

În cele din urmă

Testați și învățați! Fiți pregătit să vă reîntoarceți la schițe.

Poate fi dificil să obțineți prețuri chiar de la început, așa că monitorizați în permanență prețurile și performanța - aflați care dintre produsele sau serviciile dvs. stimulează volumul, în timp ce dezvoltați alte produse/servicii în același timp.

Fiți pregătit să testați diferite prețuri și strategii de prețuri, aflați care funcționează pentru diferiți clienți și produse, apoi setați prețurile în consecință.



S5: Preţ

Resurse

<https://www.youtube.com/watch?v=ynQasjpBTck>

<https://www.youtube.com/watch?v=pnKqFIEQxMc>

<https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas>

<https://bmtoolbox.net/tools/business-model-canvas/>

<https://www.youtube.com/watch?v=V8EF7vIUqBI>

Further Reading: "Business Model Generation". ISBN: 978-0-470-87641-1

