

Utilitatea produselor – plante medicinale

În planul de afaceri, după ce cititorul a făcut cunoștință cu produsele firmei dumneavoastră, este bine să aflați care este utilitatea acestora, care este satisfacția clientului comparativ cu alte produse și servicii similare sau alternative? De ce ar putea avea o utilitate?

La toate aceste întrebări și la altele de acest gen, veți răspunde în cadrul acestui punct din planul de afaceri, cât mai clar, mai concis și mai convingător. Iată un exemplu în acest sens:

Agricultura ecologică are o mare contribuție la o dezvoltare economică de durată și joacă un rol important în îmbunătățirea condiției mediului, preservarea solului, îmbunătățirea calității apelor, biodiversificare și protejarea naturii. Aceste plante medicinale produse în sistem ecologic sunt o alternativă tot mai căutată față de cele produse convențional nu numai pentru calitatea și proprietățile lor dar mai ales pentru faptul că au proprietăți nealterate în vreun fel de procesul de producție. Metoda de creștere bazată pe factorii naturali favorizează dezvoltarea și conservarea proprietăților existente în plantele medicinale bio, astfel încât acestea pot fi utilizate nu doar din punct de vedere alimentar ci și ca remedii naturale sigure pentru diferite boli.

Strategia de afaceri

Conform piramidei planificării strategiei de afaceri stă la baza obiectivelor de afaceri și stabilește modalitățile de realizare a acestora. Ca și acestea din urmă, strategia de afaceri este construită din strategiile specifice fiecărui tip de planificare.

Din punctul de vedere al planificării de marketing strategiile sunt de mai multe tipuri: strategii de evoluție a activității firmei, strategii concurențiale (ofensive sau defensive), strategii privind avantajul concurențial (de dominare prin costuri, de diferențiere sau de focalizare), strategii de poziționare (întărirea propriei poziții, ocuparea unei poziții libere, depozitarea sau reținererea concurenței, alipirea la un grup exclusivist), strategii ale mix-ului de marketing (privind produsele și serviciile, prețul, plasarea și promovarea).

(Detalii suplimentare găsiți în subcapitolul dedicat strategiei de marketing, din cadrul planificării de marketing)

Din punctul de vedere al planificării producției și operațiunilor strategia arată modalitățile de menținere a costurilor de exploatare la cote reduse și de creștere continuă a eficienței muncii (poate scăderea cheltuielilor cu amplasamentul și spațiile de producție sau eficientizarea procesului de producție, ori identificarea unor noi furnizori sau distribuitori mai avantajoși).

(Detalii suplimentare găsiți în subcapitolul dedicat strategiei de producție și operațiuni, din cadrul planificării producției și operațiunilor)

Din punctul de vedere al planificării resurselor umane veți putea identifica modalitățile generale de stimulare a participării angajaților la activitățile firmei și creșterea eficacității personalului în îndeplinirea sarcinilor, printr-o recrutare, selecție și integrare adecvată a personalului direct și indirect productiv necesar desfășurării în bune condiții a activității și stimulare a performanțelor.

(Detalii suplimentare găsiți în subcapitolul dedicat strategiei de resurse umane, din cadrul planificării resurselor umane)

Din punctul de vedere al planificării financiar-contabile, va trebui să găsiți modalitățile de reducere a riscurilor financiare, de rezolvare a situațiilor neprevăzute și eventual de reducere a

costurilor finanării (în cazul în care a împrumutat bani de la bancă sau se distribuie dividende supradimensionate) sau de obținere a surselor de finanțare externe (dacă doriți să contractați un împrumut bancar sau de altă natură, sau dumneavoastră personal vă împrumutați firma).

(Detalii suplimentare găsiți în subcapitolul dedicat strategiei financiar-contabile, din cadrul planificării financiar-contabile)