



11 iulie 2008

Be the change you want to see in the world!
Fii schimbarea pe care doresti sa o vezi in lume !
Mahatma Gandhi

Aceasta este rubrica articolelor „destepte”, cu aplicabilitate si de real interes pentru sfera antreprenoriatului si a dezvoltarii personale. Va recomandam sa urmariti sursa pe care o indicam la sfarsitul articolului deoarece in acest fel puteti descoperi resurse utile din spatiul internet. Nu in ultimul rand ne-am bucura sa avem feedbackul dvs. pentru a sti ce asteptari aveti si ce va intereseaza cu adevarat.

Cu bine, C. Grigoras

De ce vrem sa facem afaceri?

“Am decis sa nu fiu o persoana obisnuita. Este dreptul meu sa fiu, daca pot, deosebit. Nu doresc sa fiu un cetatean intretinut, umilit de faptul ca Statul are grija de mine. Vreau sa-mi asum riscuri, vreau sa visez, sa construiesc, sa gresesc, sa o iau de la capat si sa reusesc. Aleg provocarea necunoscutului si emotia realizarii in locul unei existente linistite, garantate. Nu voi fi la mila nimanui, nu-mi voi da demnitatea pentru un chilipir. Nu voi ceda in fata nici unei amenintari, nu ma voi pleca in fata nici unui stapan. Vreau sa stau mandru, drept si neinfriecat, sa gandesc si sa actionez dupa capul meu, sa ma bucur de ce realizez, sa infrunt lumea curajos si sa pot spune: “Aceasta, cu ajutorul lui Dumnezeu, eu am facut-o!”.

Acesta este Crezul Asociatiei Americane a Intreprinzatorilor. Suna foarte bine si adevarul lui este valabil pentru orice intreprinzator, de oriunde. Scenariul e mai mereu acelasi: totul incepe cu o dorinta puternica de face ceva nou, ceva mult mai complex, mai spectaculos si mai plin de satisfactii decat ceea ce ai facut pana atunci. Vrei sa faci o afacere. Si, odata ce ai identificat afacerea potrivita pentru tine, poti sa-ti iei adio de la viata linistita si monotona.

Te trezesti ca te prinde dimineata ingropat intr-un vraf de ciorne, tot punand la punct diverse variante de start; iti vinzi masina si te-mprumuti de la toate rudele si cunoscutii ca sa faci rost de bani; dai zeci de telefoane pe la toti furnizorii posibili; te deplasezi in nu stiu ce colturi obscure de tara, sa vezi daca o anumita oferta e ceea ce iti trebuie tie; alergi in stanga si-n dreapta dupa avize si autorizatii, ai de-a face cu tot felul de functionari gretosi; te certi cu sotia care te-ntreaba, zi de zi, daca ai innebunit... Apoi, in sfarsit, dupa luni de munca si imprumutat pana-n gat, iesi cu produsul sau serviciul tau pe piata si simti cum te trec toate apele la gandul ca poate n-o sa ai clienti.

Cam asa arata inceputul unei afaceri. Si cam asa arata si continuarea ei. Da, o afacere inseamna o agitatie continua, o agitatie venita din faptul ca piata e imprezibila si nu stii niciodata ce va fi peste 1 an, peste 6 luni sau chiar maine. Pare stresant, dar acest stres asumat de buna voie are marele merit ca iti permite sa descoperi un lucru fascinant: iti permite sa descoperi ce inseamna a-ti asuma un risc. Si de ce e fascinant riscul? Foarte simplu: pentru ca numai el iti poate oferi acea satisfactie imensa pe care n-o pot intelege decat cei care au castigat bani, o pozitie sociala sau alt lucru valoros riscand ceva foarte important pentru ei: casa, linistea familiei lor, sanatatea sau, de ce nu, increderea in forte proprii.



5 realitati despre antreprenori

Alexandra Teodorescu, 09 iulie 2008

Antreprenorul este un actor principal si un simbol al economiei de piata. Rolurile si contributia antreprenorilor se amplifica substantial, simultan cu manifestarea lor pe plan calitativ superior, ceea ce se reflecta in revolutia antreprenoriala actuala, care, potrivit afirmatiilor a numerosi specialisti, va ajunge la apogeul in perioada imediat urmatoare, generand multiple mutatii, unele inca dificil de imaginat in prezent.

Antreprenorii sunt caracterizati ca interactiune intre numeroase calitati. Acestia trebuie sa fie perseverenti si determinati in tot ceea ce fac, responsabili si toleranti, lideri, buni manageri, independenti, dar in acelasi timp apti pentru lucrul in echipa. Exista, insa, cinci realitati despre antreprenori care, indiferent de situatie, nu trebuie trecute cu vederea, potrivit Times Online.

Realitatea 1: Un antreprenor este un inventator, desi foarte putini inventatori sunt si antreprenori.

Un inventator vede lumea in care traieste cu ochii larg deschisi, intr-o alerta continua. De asemenea, un inventator traieste adresand intrebari de tipul "Ce lipseste din aceasta imagine?" si tot el ofera raspunsul, gasind astfel piesa lipsa care face imaginea completa.

Ceea ce face insa diferenta intre un simplu inventator si un antreprenor de succes este faptul ca acesta din urma inventeaza noi idei de afaceri, pe care le pune in aplicare pentru a atrage atentia consumatorilor, angajatilor, investitorilor.

Daca o afacere nu obtine inca de la inceput acea nota de unicitate si originalitate atunci aceasta nu mai reprezinta o inventie, drept pentru care nu se poate vorbi nici de o afacere antreprenoriala. In plus, in timp ce o afacere antreprenoriala nu este in mod garantat un succes, a esua in crearea unei afaceri antreprenoriale este cu siguranta o nereusita.

Realitatea 2: Antreprenorii nu cumpara oportunitati de business. Acestia le creeaza.

In timp ce oportunitatile de business, cum sunt francizele, garanteaza mai degraba succesul pe care il poate avea o persoana care cumpara afacerea respectiva, oportunitatile reprezinta reusite daca spiritul antreprenorial este unul pasional, in care inventatorul pune suflet. De aceea, antreprenorii care cumpara oportunitati de afaceri sunt condamnati sa fie dezamagiti, indiferent de cat de reusita este afacerea pe care o conduc. Pasiunea antreprenorului nu consta in abilitatea de a conduce o afacere, ci in inventarea uneia care sa devina de succes.

Aceste oportunitati sunt inventate pentru managerii si tehnicienii care nu detin nici o aspiratie in ceea ce priveste calitatea de a fi antreprenor, care nu au nici o aspiratie pentru a crea ceva anume singuri.

99% din oportunitatile de afaceri sunt, de fapt, niste joburi pentru cei care le cumpara. Acestea pot fi slujbe mai bune (cele mai multe nu sunt!) decat cele pe care le-au avut acestia inainte, insa ele raman joburi, si nu oportunitati REALE de afaceri.

Acestea din urma sunt sansele pe care le are un antreprenor care inventeaza si, totodata, creste un business.

**Realitatea 3: Inventarea este contagioasa.**

Oamenii adora sa experimenteze lucruri noi sau idei originale de business care au cunoscut un succes spectaculos in intreaga lume. Asadar, pasiunea antreprenorilor nu vine doar din inventarea unor afaceri noi, ci si din dorinta altora de a se bucura de experientele celor care au inventat o oportunitate reala de afacere.

Pentru un antreprenor, nu este nimic mai de pret decat recunoasterea propriilor performante de catre o audienta larga. Orice client care cumpara ideea de succes a unui antreprenor si se intoarce catre acestea laudandu-i originalitatea, inteligenta si performanta, ii da o anumita satisfactie respectivului inventator.

Odata ce afacerea a atins un anumit prag al succesului, mentinerea acestuia, si eventual, cresterea sa, reprezinta o prioritate pentru antreprenor. In plus, cu cat este mai semnificativa o inventie, cu atat este mai usor de mentinut succesul inregistrat de aceasta si invers.

Realitatea 4: Pentru un antreprenor, succesul inventiei sale (al afacerii propriu-zise) este masurat prin cresterea business-ului sau.

Cu cat o afacere creste mai repede, cu atat inventia este mai infloritoare. Pentru un antreprenor, cresterea lenta a afacerii sale inseamna esec total si ireversibil.

Pe Broadway, spectacolele care nu se bucura de o audienta sporita sunt scoase din program. La fel se poate intampla si in cazul unor afaceri care nu se bucura de succes.

Realitatea 5: Oricine poseda calitatea de a fi antreprenor – pentru a inventa, a concepe o idee minunata de afacere si pentru a crea un business original bazat pe o idee exploziva.

Pentru unii dintre noi ar putea dura mai mult dezvoltarea unei asemenea abilitati si, de asemenea, aceasta nu s-ar putea finaliza niciodata. Totusi, este important pentru fiecare din noi sa stim sa inventam, sa creem si sa concepem idei originale de business-uri pentru a ne dezvolta abilitatile si talentele in "meseria" de antreprenor.

Dezvoltarea abilitatilor antreprenoriale necesita practica. Antreprenorii se fabrica, nu se nasc astfel. Importanta e dorinta.

5 calitati necesare pentru a deveni un bun antreprenor

Adina Vidroiu, 31 Martie 2008

Auzim peste tot istoriile de succes ale diferitor antreprenori. Inainte de a ajunge la conducerea unor companii de miliarde de dolari multi dintre ei si-au exercitat aceste calitati vanzand limonada la coltul unei strazi sau construind tot felul de gadget-uri in garajul parintilor pentru a le vinde. In spatele fiecarei povesti de succes se afla un copil care a crescut stiind ca s-a nascut pentru a face afaceri.

Dar ce ii deosebeseste insa pe acesti antreprenori de restul managerilor? Ce ii determina pe unii oameni sa aiba suficienta incredere in ei, astfel incat sa infrunte un eventual esec si sa fie determinati sa ajunga in top?



Sunt persoane care au dat dovada de un caracter puternic pentru a putea depasi obstacole inainte de a atinge succesul. Spiritul antreprenorial este un dar, care ii inspira pe ceilalti sa devina cei mai buni. De la **pasiune** si o **gandire pozitiva**, la **leadership** si **ambitie**, acestea sunt calitatile care definesc cel mai bine spiritul antreprenorial.

Pasiune

Richard Branson, fondatorul Virgin Companies, intruchipeaza cel mai bine aptitudinea de a fi cu adevarat pasionat de ceea ce face. Pofta avida pentru a crea mereu noi companii reprezinta doar o parte a pasiunii lui Branson pentru Business. In 1970 a fondat Virgin Group, care numara in prezent mai mult de 200 de companii ce activeaza in domenii ca turism, calatorii, shopping, media si telecomunicatii, finante sau sanatate. „Afacerile sunt ca si autobuzele. Intotdeauna vine altul”, este de parere Branson. Cunoscut pentru pasiunea sa pentru afaceri, dar mai ales pentru pasiunea sa pentru viata, Branson este unul dintre cei mai admirati antreprenori pentru abilitatea de a imbina cu succes cariera si viata personala.

Gandire pozitiva

Jeff Bezos cunoaste puterea „gandirii pozitive”. Traind dupa motto-ul „fiecare provocare este o oportunitate”, Bezos a reusit sa creeze cea mai mare librerie din lume printr-un start-up via Internet, Amazon.com. Lansat in iulie 1995, Amazon.com a reusit sa aiba vanzari de 20.000 de dolari in doar doua luni de la infiintare. La sfarsitul anilor `90 actiunile Amazon au scazut de la 100 de dolari la 6 dolari, iar lansarea site-ului rival Barnes & Nobles prevesteau falimentul lui Bezos. Totusi acesta a reusit sa infrunte criticile si sa arate lucrurile pozitive pe care compania sa a reusit sa le indeplineasca si sa le continue. Jeff Bezos a continuat sa extinda Amazon, reusind sa vanda in prezent de la carti si jucarii pana la obiecte vestimentare. Datorita gandiri sale pozitive si a strategiilor adoptate, Amazon.com a ajuns sa fie estimat in prezent la 5.7 miliarde de dolari.

Adaptabilitate

Capacitatea de a reusi sa te adaptezi oricarei situatii reprezinta cea mai importanta abilitate pe care un antreprenor o poate avea. Fiecare om de afaceri de succes trebuie sa fie dispus sa imbunatateasca, sa perfectioneze si sa isi adapteze serviciile pentru a oferi mereu clientilor sai ceea ce isi doresc.

Sergey Brin si Larry Page, fondatorii **Google**, nu numai ca au aplicat acest principiu ci au si reusit sa fie deschizatori de drumuri. Datorita ideilor inovative care au permis utilizatorilor sa vada si sa faca lucruri care inainte pareau imposibile, Google a reusit de-a lungul timpului sa ocupe pozitia de lider in domeniul internetului. Fiind mereu cu un pas inainte, nu este de mirare ca Google este una dintre cele mai puternice companii web.

Leadership

Un bun lider trebuie sa fie carismatic si sa isi doreasca sa isi construiasca integritatea in cadrul unei companii, sa fie o persoana entuziasta, un bun conducator si un bun profesor.

Mary Kay Cosmetics a fost creat in 1963 cu suma de 5.000 de dolari. Fondatoarea companiei, Mary Kay Ash, a reusit multumita abilitatilor sale de a motiva si de a fi un lider inspirational sa fie numita ca fiind una dintre cele mai influente 25 de persoane din lumea afacerilor in ultimii 35 de ani, in timp ce compania sa a fost recunoscuta ca una din cele mai bune organizatii pentru care sa lucrezi.

**Ambitie**

La vârsta de 20 ani Debbi Fields nu avea nici o experiență în domeniul afacerilor, însă dorința de a împărtăși întregii lumi furturile pe care le pregătea acasă au determinat-o să își deschidă propriul magazin în 1977.

Deși șansele de reușită ale unei astfel de afaceri erau cotate ca și neexistente, Debbie Fields a reușit prin determinare și ambicie să își mărească afacerea.

„Mrs. Field’s” are în prezent o cifră de afaceri de 450 milioane de dolari și peste 600 de reprezentanți atât în Statele Unite cât și în lume.

SURSA : <http://www.wall-street.ro/>

[Cel mai citit cotidian exclusiv online de business din România](#)

Contactați-ne!

Vă putem sprijini în :

- evaluarea proiectului (afacerii propuse);
- identificarea sursei (surselor) de finanțare; încadrarea pe scheme de finanțare;
- accesarea sursei de finanțare (elaborare cerere de finanțare, plan de afaceri, studiu de fezabilitate, memoriu justificativ, flux de numerar, plan de marketing, etc);
- managementul proiectelor;
- furnizare programe de training și mentorat