

Plan de afaceri pentru un magazin de alimente produse acasa

Autor: Soft MFC

1. Rezumat

1.1. Executiv

Obiectiv</h3><p>Deschiderea unui magazin fizic care să ofere produse alimentare de casă, sănătoase, realizate din ingrediente naturale, pentru clienții care apreciază autenticitatea și calitatea.</p><h3>1.2.

Viziune</h3><p>Devenirea unui punct de referință în comunitate pentru produse alimentare artisanale de calitate superioară.</p><h3>1.3.

Misiune</h3><p>Promovarea unui stil de viață sănătos prin produse alimentare locale, tradiționale, făcute cu pasiune și respect pentru

2. Descrierea Afacerii</h2><h3>2.1.

Structura Juridică</h3><p>SRL sau PFA, în funcție de volumul vânzărilor și preferințele fiscale.</p><h3>2.2. Produse și

Servicii</h3>Produse

alimentare:Gemuri și dulcețuri artisanale.Pâine și produse de patiserie făcute în casă.Mezeluri și brânzeturi de

casă.Sosuri, murături și conserve tradiționale.Băuturi naturale: sucuri, siropuri, lichioruri artisanale.Servicii

adiționale:Personalizare (ex. cadouri tematice).Degustări organizate în magazin.<h3>2.3. Avantaj

Competitiv</h3>Produse 100% naturale, fără conservanți sau aditivi.Ingrediente locale, achiziționate direct de la

fermieri.Ambalare prietenoasă cu mediul.<h2>3. Analiza

Pieței</h2><h3>3.1. Public Țintă</h3>Clienți

din zona urbană: familii, persoane cu venituri medii și mari, care apreciază produsele sănătoase și tradiționale.Restaurante și cafenele interesate de furnizori locali.<h3>3.2. Analiza

Concurenței</h3>Magazine similare locale.Supermarketuri care vând produse artisanale.Puncte forte:

diversitate, prețuri competitive.Puncte slabe: calitate industrială, lipsă de autenticitate.<h3>3.3.

Tendențe</h3>Creșterea interesului pentru produsele naturale și

locale.

bio.

4. Strategie de Marketing

4.1. Poziționare

Magazin de încredere, care oferă produse artisanale autentice, sănătoase și delicioase, pentru toate vârstele.

Canale de

Promovare

- Offline:
- Pliante distribuite local.
- Parteneriate cu cafenele și restaurante.
- Participare la târguri și evenimente

locale.

- Online:
- Social media: Facebook și Instagram pentru promovare vizuală.
- Google My Business pentru vizibilitate locală.
- Site web simplu pentru prezentarea

produselor.

4.3. Fidelizarea Clienților

- Carduri de fidelitate.
- Reduceri pentru clienții care revin.
- Organizarea de degustări și evenimente în magazin.

5. Plan

Operațional

5.1. Locație

- Zonă cu trafic pietonal intens (ex. lângă piețe sau cartiere rezidențiale).
- Spațiu de 30-50 mp, amenajat tradițional, dar modern, pentru a crea o atmosferă prietenoasă.

5.2. Produse și

Aprovizionare

- Materii prime achiziționate de la fermieri locali.
- Producție realizată în spații autorizate pentru siguranță alimentară.

5.3. Resurse

Umane

- Personal:
- Vânzător(i) cu experiență în relații cu clienții.
- Personal pentru producție (dacă magazinul are spațiu dedicat preparării).

Program de lucru: 8-10

ore/zi.

6. Plan Financiar

6.1. Costuri Inițiale

- Amenajare spațiu: 10.000 - 15.000 EUR.
- Echipamente: 5.000 EUR (frigidere, rafturi, echipamente de producție).
- Stoc inițial: 3.000 - 5.000 EUR.
- Marketing inițial: 2.000 EUR.
- Autorizații și licențe: 1.000 EUR.

6.2. Venituri Estimate

- Lună 1-3: 3.000 EUR/lună.
- Lună 4-6: 5.000 EUR/lună.
- Lună 7-12: 8.000 EUR/lună.

6.3. Proiecții Financiar-Bugetare

- Punct de break-even: după 12 luni.
- Marjă de profit estimată: 25-30%.

7. Riscuri și Soluții

7.1. Riscuri

Principale

- Sezonabilitatea produselor.
- Concurența din partea supermarketurilor.
- Creșterea costurilor materiilor

prime.

7.2. Soluții

- Diversificarea gamei de produse (ex. pachete cadou pentru sărbători).
- Promovarea produselor prin degustări și evenimente.
- Crearea unor parteneriate pe termen

lung cu furnizorii.

8. Concluzii și Pași

Următori

Magazinul fizic de produse alimentare făcute în casă este o afacere cu potențial ridicat, datorită cererii crescute pentru produse artisanale.

Pașii următori includ:

- Identificarea și amenajarea spațiului.
- Obținerea autorizațiilor necesare.
- Stabilirea furnizorilor și producția primelor loturi de produse.
- Lansarea magazinului și promovarea activă.

Sursa: SoftMFC Tiger

20 Jan 2025