



CreditKit

Soluuții inteligente pentru afaceri de succes

ANALIZA SWOT



PUNCTE TARI

Aspecte pozitive ale afacerii care oferă un avantaj competitiv.



- **Localizare favorabila**

Afacerea este situata într-o zonă centrală sau într-un cartier frecventat de potențiali clienți.
Apropiere de școli, birouri, sau alte puncte de interes care aduc trafic constant

- **Serviciu Clienți Personalizat**

Abordare prietenoasă și relații strânse cu clienții locali.
Posibilitatea de a oferi recomandări personalizate bazate pe preferințele clienților.

- **Flexibilitate și Adaptabilitate**

Capacitatea de a implementa rapid schimbări (ex. oferte, produse noi, promoții) în funcție de cerințele pieței. Structura redusă de management permite luarea deciziilor rapide.

- **Produse de Calitate sau Unice**

Oferirea unor produse artisanale, locale sau greu de găsit în lanțurile mari de retail. Focalizare pe calitate în detrimentul cantității.

- **Reputație și Încredere**

Recunoaștere pozitivă din partea comunității pentru fiabilitate și autenticitate.
Reputație solidă construită prin recomandări și recenzii pozitive.

- **Costuri Operaționale Reduse**

Dimensiunea mică a afacerii permite economisirea unor cheltuieli (ex. chirii mai mici, personal redus. Posibilitatea de a menține prețuri competitive datorită unei structuri mai simple.

- **Promovare și Branding Local**

Abilitatea de a folosi evenimente locale, târguri sau colaborări cu alte afaceri mici pentru promovare. Identitate vizuală clară și atractivă, adaptată nevoilor comunității.

- **Loialitatea Clienților**

Bază fidelă de clienți datorită relațiilor construite în timp și a serviciilor personalizate.
Capacitatea de a reține clienții prin oferte speciale pentru comunitate.

- **Focus pe Sustenabilitate**

Utilizarea materialelor ecologice sau promovarea produselor sustenabile, ceea ce atrage consumatori responsabili. Programe de reciclare sau alte inițiative ecologice.

PUNCTE SLABE

Aspecte pozitive ale afacerii care oferă un avantaj competitiv. Aspecte interne care pot limita performanța sau creșterea.



- **Resurse Financiare Limitate**

Buget insuficient pentru investiții în publicitate sau extinderea stocurilor. Dificultăți în acoperirea cheltuielilor fixe în perioadele cu vânzări scăzute

- **Stocuri Inadecvate**

Lipsa unor produse cerute frecvent de clienți, ceea ce poate duce la pierderea vânzărilor. Stocuri învechite sau produse care nu se vând bine și ocupă spațiu

- **Infrastructură și Tehnologie Depășită**

Sisteme de gestionare a vânzărilor sau a inventarului care nu sunt eficiente. Lipsa unui site web, a unui sistem de plată online sau a altor instrumente moderne

- **Dependenta de Proprietar**

Afacerea este prea dependentă de implicarea directă a proprietarului, ceea ce poate duce la epuizare. Lipsa unui plan pentru delegarea sarcinilor sau gestionarea în absența proprietarului

- **Prețuri Mai Mari față de Lanțurile Mari**

Dificultăți în a concura cu lanțurile mari care oferă prețuri mai mici datorită economiilor de scară. Percepția clienților că produsele sunt mai scumpe, chiar dacă sunt de calitate superioară.

- **Lipsa Diferențierii**

Oferta nu se deosebește suficient de concurență. Clienții nu percep un motiv clar pentru a alege oferta față de alternative.

- **Lipsa Unor Parteneriate Strategice**

Absența colaborărilor cu furnizori locali, comunități sau alte afaceri mici pentru promovare reciprocă. Nu există programe de fidelizare sau oferte speciale pentru clienții recurenți.

Factori externi care pot oferi creștere sau extindere.



- **Creșterea Popularității Comerțului Local**

Consumatorii sunt din ce în ce mai interesați de sprijinirea afacerilor locale, ceea ce poate crește vânzările. Trenduri în achiziția de produse artisanale, bio sau locale.

•

- **Extinderea Prezenței Online**

Crearea unui magazin online sau listarea pe platforme de e-commerce (ex. eMAG Marketplace, Amazon). Promovarea pe rețelele sociale pentru a atrage clienți din afara zonei locale.

•

- **Schimbări de Comportament ale Consumatorilor**

Creșterea interesului pentru livrări la domiciliu sau opțiuni de click-and-collect. Cerere crescută pentru produse specifice, cum ar fi cele sustenabile, ecologice sau fără ambalaje.

•

- **Colaborări și Parteneriate**

Posibilitatea de a colabora cu alte afaceri mici din zonă pentru pachete promoționale sau evenimente comune. Parteneriate cu furnizori locali pentru a oferi produse exclusiviste

•

- **Tehnologie Accesibilă**

Accesibilitatea unor instrumente digitale, cum ar fi CRM-uri, aplicații pentru gestionarea stocurilor sau soluții de plată mobilă. Utilizarea inteligenței artificiale (ex. ChatGPT) pentru a automatiza răspunsurile la clienți sau pentru a crea campanii de marketing eficiente.

•

- **Subvenții sau Programe de Sprijin pentru Afacerile Mici**

Posibilitatea de a accesa fonduri europene, subvenții guvernamentale sau granturi destinate afacerilor mici. Participarea la programe educaționale sau de mentorat pentru antreprenori.

•

- **Acces la Analize de Piață și Date**

Utilizarea platformelor online pentru a analiza comportamentul clienților și tendințele pieței. Colectarea de feedback de la clienți pentru a înțelege mai bine preferințele acestora

•

Riscuri externe care ar putea afecta negativ afacerea.



- **Concurența Ridicată**

Prezența lanțurilor mari de retail care oferă prețuri mai mici și o gamă mai variată de produse. Competiția de la alte afaceri mici din zonă sau din mediul online

-

- **Schimbări Economice și Financiare**

Inflația și creșterea costurilor de operare, cum ar fi chiria, utilitățile sau materiile prime. Reducerea puterii de cumpărare a consumatorilor în perioade de recesiune economică

-

- **Reglementări și Taxe**

Introducerea unor reglementări stricte sau a unor taxe suplimentare care pot crește costurile de operare. Cerințe birocratice mai complexe, care necesită timp și resurse suplimentare pentru a fi respectate

-

- **Schimbări de Comportament ale Consumatorilor**

Preferința clienților pentru alternative mai ieftine sau produse de la branduri mai cunoscute. Lipsa loialității clienților față de magazinul local.

-

- **Dezvoltarea Tehnologică**

Apariția unor tehnologii noi care pot crește așteptările clienților în privința experienței de cumpărare. Lipsa resurselor pentru a ține pasul cu inovațiile tehnologice, cum ar fi sisteme de plată moderne sau soluții pentru managementul stocurilor.

-

- **Creșterea Costurilor pentru Furnizori**

Creșterea prețurilor la produse de la furnizori, ceea ce poate afecta marja de profit. Probleme în lanțul de aprovizionare care duc la întârzieri în livrarea stocurilor.

-

- **Percepții Negative asupra Prețurilor**

Consumatorii pot considera produsele magazinului mai scumpe față de alternativele din supermarketuri sau online. Concurența pe baza prețului poate duce la războiul prețurilor, afectând profitabilitatea

-