



MAŁGORZATA BAKUŁA

DOTACJE I FINANSOWANIE TWOJEJ FIRMY

PRAKTYCZNY PORADNIK KROK PO KROKU
DLA ZACZYNAJĄCYCH SWÓJ BIZNES

Sprzedaż e-booka:

<https://finansowanie-biznesu.com/dotacje-i-finansowanie-twojej-firmy/>

Facebook:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100001230890579>

Linkedin:

<https://www.linkedin.com/in/ma%C5%82gorzatabaku%C5%82a-4a160b21a>

Proszę nie kopiuj mojego e-booka i nie rozpowszechniaj go w nielegalny sposób. Robiąc w ten sposób dajesz przyzwolenie na takie działania. Jeżeli chcesz wykorzystać jakiś fragment do swojego artykułu, wystąpienia – to będzie mi bardzo miło - oznacz, że ten fragment pochodzi z tego poradnika.

Bardzo dziękuje i do usłyszenia ;)

Copyright © 2021 Małgorzata Bakuła
Wydawca: Profimax Centrum Finansowe

Wydanie I

Mińsk Mazowiecki 2021

ISSD : 978-83-962596-1-5

SPIS TREŚCI

<u>1. Kim jestem?</u>	<u>3</u>
<u>2. Jak zweryfikować swój pomysł?</u>	<u>4</u>
<u>3. Od czego zacząć własny biznes?</u>	<u>10</u>
<u>4. Gdzie szukać dotacji:</u>	<u>14</u>
• Urząd Pracy	
• Lokalne Grupy Działania	
• PFR	
• Wsparcie na Starcie	
• Fundusze z UE	
• Inne formy	
<u>5. Finansowanie szkoleń</u>	<u>58</u>
<u>6. Jak się przygotować do dotacji?</u>	<u>90</u>
<u>7. Jak zwiększyć swoje szanse?</u>	<u>94</u>
<u>8. Jak czytać dokumentację?</u>	<u>98</u>
<u>9. Czy bez dotacji, kredytów da się coś zarobić?</u>	<u>100</u>
<u>10. Przydatne linki do stron, gdzie można uzyskać finansowanie</u>	<u>103</u>
<u>11. Z jakich innych instrumentów finansowych mogę korzystać?</u>	<u>114</u>



1. KIM JESTEM?



Jestem praktykiem biznesu i od 20 lat pracuje w bankowości i finansach. Jako ekspert z wieloletnim doświadczeniem pozyskałam ponad 500 dotacji na założenie firmy oraz napisałam ponad 100 biznesplanów będących załącznikami do aplikacji o środki unijne.

Udzieliłam ogromnej ilości kredytów dla małych i średnich przedsiębiorców, ponieważ, według mnie, każdy biznes to indywidualna historia, inne potrzeby i inne możliwości. Uczę początkujących przedsiębiorców skutecznego działania we współczesnym, dynamicznie rozwijającym się świecie. Pomagam zamienić wizje na realne zyski i wskazuję jak można w tani sposób pozyskać finansowanie, które pozwoli rozwinąć skrzydła.

Aby ułatwić Ci odnalezienie dostępnych programów dotacyjnych i kredytowych podane linki są aktywne i wystarczy w nie kliknąć.

2. JAK ZWERYFIKOWAĆ SWÓJ POMYSŁ?

Pomysł jest kluczem do późniejszego działania.

Na początku najważniejsza jest weryfikacja jego jakości.

Jak ustalić, czy aby nasz pomysł jest na pewno dobry? Na to pytanie nie istnieje jednoznaczna odpowiedź, ale zarówno ludzie, jak i samo nasze działanie w odpowiednim kierunku, pomogą nam podjąć decyzje.

Zatem jak możemy zweryfikować poprawność naszej idei?

Przede wszystkim obserwacja rynku – Co? Kto? Za ile? Co ma? Co my możemy dać ekstra?

Na początek załóż sobie folder w komputerze i zbieraj w nim informacje o konkurencji - im więcej tym lepiej - szukaj na stronach internetowych, FB, Instagramie, TikToku, tak, aby Twoja oferta była jak najbardziej konkurencyjna na rynku.

Dodaj się do grup tematycznych na FB – dodawaj posty, śledź to, co piszą ludzie, czego szukają. Dużo informacji jest w komentarzach. Warto to zapisywać i wrzucać do folderu. W późniejszym czasie przydatność zebranych materiałów może okazać się nieoceniona przy tworzeniu oferty.

Przygotuj sobie kartkę i długopis.



Opisz krótko swój pomysł na biznes oraz to, jakiego obszaru, czy grupy użytkowników dotyczy.

Planujesz założyć firmę, która pomaga komu? W czym? Dla kogo przeznaczone jest Twoje rozwiązanie? Zapisz te informacje.

Teraz, zgodnie z poniższym schematem, opisz to, co będzie Cię wyróżniać:

W przeciwieństwie do

.....
.....,

zapewniam

.....
.....,

będę wyróżniać się (co będziesz mieć unikatowego?)

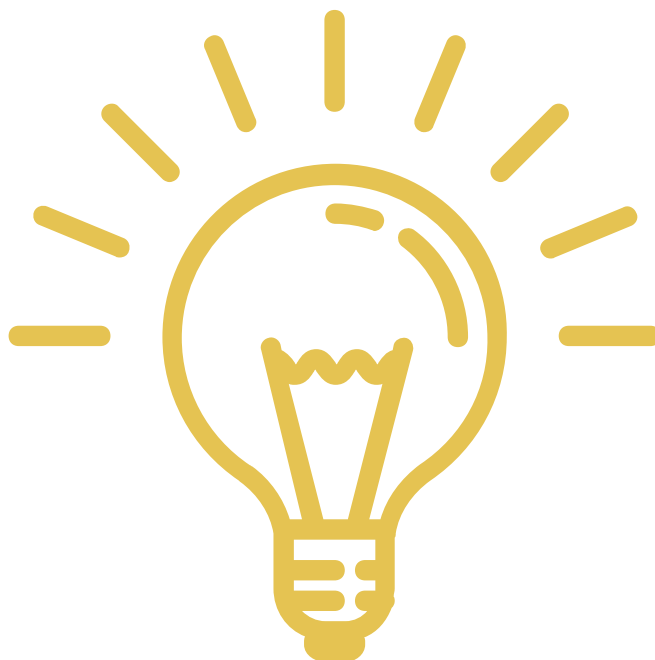
.....
.....

Problem, jaki rozwiązuję, to (dla kogo przeznaczone jest nasze rozwiązanie?)


.....
.....

M A P A M O J E G O P O M Y S Ł U

Zrób ćwiczenie, które będzie polegało na ustaleniu kto będzie Twoim klientem docelowym. Dzięki temu ćwiczeniu poznasz dokładnie kto jest końcowym odbiorcą twojego produktu, a kto za niego zapłaci. Np. produkujesz kocyki dla dzieci, więc tego produktu używać będą dzieci, natomiast płacić będą rodzice, chrzestni, ogólnie, w zdecydowanej większości, osoby starsze. Z kolei wpływ na ich decyzje mają np. influencerzy, czy youtuberzy, a użytkownikiem ekstremalnym mogą być dziadkowie lub koleżanka mamy. Odpowiednio ułożone ćwiczenie pomoże Ci kierować reklamę i komunikować się z docelowymi grupami.



<p>Kto będzie używał rozwiązania/produktu?</p>	
<p>Kto będzie płacił za rozwiązanie/produkt?</p>	
<p>Kto ma wpływ na decyzje zakupowe?</p>	
<p>Kto jest użytkownikiem okazjonalnym?</p>	



Kolejnym ćwiczeniem jest układanie pytań. Tu warto poświęcić chwilę, aby poznać potrzeby naszych klientów:

- Wybierz 5 osób spośród potencjalnych klientów (grupa docelowa)
- Wypisz czego konkretnie chcesz się od niej dowiedzieć. Jakich informacji szukasz?

Ułóż przynajmniej 5 pytań, jakie chciałbyś/chciałabyś zadać tej osobie.

Im więcej, tym bardziej precyzyjny będziesz mieć obraz.

Na liście powinny znaleźć się dwa pytania, które będą rozwinięciem następujących zagadnień:

Opisz mi jak:

.....
.....

Powiedz mi dlaczego:

.....
.....

Co Ci się nie podobało w:

.....
.....



Co Ci się podoba w:

.....
.....

Gdzie kupujesz:

.....
.....

Przeprowadzenie takich rozmów z osobami z kręgu Twoich potencjalnych klientów da Ci nieco inny obraz tego, jak Twoi klienci postrzegają Twój produkt lub usługę.

Co dla nich jest ważne, z czym się identyfikują, co im przeszkadza, co chcieliby zmienić? Tak przeprowadzone badania dość precyzyjnie pomogą Ci zweryfikować czy Twój pomysł jest dobry i czy ma szansę odnieść sukces, czy też trzeba zmodyfikować coś już na starcie.

3. O D C Z E G O Z A C Z A Ć W Ł A S N Y B I Z N E S ?

Na początku pojawia się myśl. "A może własny biznes, hm...", warto, nie warto, szacujemy zyski, straty. Cytując klasyka „ile trzeba stracić, żeby zyskać”. Myśli kręcą się po głowie i kuszą lepszym życiem, lepszymi zarobkami, większą ilością czasu dla siebie lub rodziny. Ostatecznie pojawia się decyzja: tak, zrobię to – otwieram własny biznes.

W większości przypadków wiesz co będziesz robić. Szybka kalkulacja kosztów i zysków oraz zapotrzebowanie na usługę i towar. Z zaoszczędzonych środków kupujemy niezbędny sprzęt, wynajmujemy biuro lub pracownię i zaczyna się proza życia - brak marketingu, brak lub mało klientów, rachunki, jeszcze więcej rachunków, faktur - szukamy pomysłu jak się dokapitalizować, bo przecież wierzymy w nasz biznes i nawet udało się nam coś zarobić. Ale to nie tak powinno być...



Na początku wiemy mniej więcej co chcemy robić. Kluczem dobrze prosperującego biznesu jest ustalenie kto będzie naszym klientem. Musimy przygotować jego awatar.

Kim jest taki awatar?

To nasz idealny klient, do którego kierujemy nasz towar lub usługę. Musi zawierać takie dane jak płeć, stan cywilny, wiek, co lubi, czym się interesuje, co kupuje, jakie ma cele, jakie ma problemy.

Po określeniu naszej grupy docelowej przystępujemy do wykonania mini biznesplanu oraz analizy finansowej.

Tak, wiem można, zlecić to takiej osobie jak ja i mieć z głowy, ale sukces tkwi w szczegółach. Wiedząc o zagrożeniach, konkurencji i własnym produkcie jesteś w stanie szybko ocenić realne powodzenie danego biznesu.

Warunek jest jeden - musisz być szczery w tym co piszesz – to nie musi być elaborat do wniosku bankowego, ale prawdziwy zarys tego jak ten biznes ma wyglądać - jakie są szanse i zagrożenia. To, że ktoś jest na rynku i mu świetnie idzie nie oznacza, że Ty tak samo szybko ugruntujesz swoją pozycję. Obserwacja, analiza, szukanie możliwości ulepszenia produktu lub usługi to klucz do sukcesu.

Następnym etapem jest analiza finansowa. Tu również warto zacytować klasyka - Excel prawdę Ci powie. I o ile z częścią opisową mogliśmy coś ubarwić, wskazać przewagę naszego produktu lub usługi, tak przy kalkulacjach nie będzie nam tak łatwo. Koszty początkowe, czynsze, reklama, pracownicy, ZUS-y, materiały marketingowe, zakup sprzętu lub towaru, media, telefon, Internet, paliwo i masa innych mini kosztów które dają niezłą sumkę gdy się zliczy cały miesiąc.

Teraz wpływy. Tu opieramy się na szacowaniu. Nie mamy danych z zeszłego roku, aby porównać ile sprzedamy i ile zarobimy. Moja rada - szacować proszę ostrożnie, ale realnie. Tak, aby plan miesięczny sprzedaży czy usług był do wykonania, nie przytłaczał, ale nie był za mały. Kiedy wyliczymy ile mamy kosztów, a ile zysku, widzimy, czy warto nadal ciągnąć ten pomysł czy odpuszczamy.

Zapewne pojawi się pytanie - czy ktoś zrezygnował po napisaniu takiego biznes planu? Odpowiedź brzmi: tak. Kilka razy się zdarzyło, że zmieniana była koncepcja, bo biznes ma się opłacać.

Kiedy już wiemy co i wiemy, ile to ma kosztować i ile na tym zarobimy czas na kolejny etap.

Czy mój pomysł jest dobry i czy mi wyjdzie? Skąd wziąć kasę?

*Dalsza część książki dostępna w wersji
pełnej.*

