

## **ASPECTES CLAU PER A EVITAR ERRORS A L'HORA D'EMPRENDE**



## **1. Començar amb optimisme: donar per suposada la viabilitat comercial del negoci**

Moltes vegades, les persones emprenedores pensen que, amb una bona idea, n'hi ha prou per desenvolupar un negoci. Però no sempre una bona idea o una idea original es poden traduir en un negoci viable.

## **2. No tenir clar què ens han de comprar: com veu el públic<sup>1</sup> objectiu el nostre producte?**

És important mirar-se el producte o servei des del punt de vista de la clientela potencial, per veure com s'ha d'enfocar l'estratègia comercial.

## **3. Basar-nos en una cosa que ja es ven bé sense considerar si també ens ho compraran a nosaltres**

La imitació no és sempre una estratègia d'èxit. A vegades és bàsic tenir credibilitat en un mercat, cosa que només s'aconsegueix amb molts anys d'experiència i fent bé les coses.

## **4. No tenir clar a qui s'ha de vendre: els productes no interessen a tothom per igual**

Cal portar a terme una segmentació del mercat per identificar a qui interessa els nostres productes o serveis. De vegades, però, pot ser difícil fer aquesta segmentació. Aquest error és un dels més comuns entre les persones emprenedores: no realitzar aquest estudi de mercat o no fer-lo correctament. Una bona identificació del nostre públic objectiu ens farà estalviar temps i, sobre tot, diners.

## **5. Confiar en l'arribada de la clientela: no és suficient que tinguem un producte o servei interessant**

És bàsic fer un esforç econòmic per donar-nos a conèixer, no podem esperar que la clientela vingui sense que nosaltres fem res per aconseguir-ho. Per fer-ho, podem combinar moltes estratègies: anuncis, mailings, notes de premsa, etc.

## **6. Obviar la necessitat de la diferenciació**

La diferenciació és l'estratègia que ens permetrà no "ser una empresa més" al mercat, i no haver de competir únicament per la via dels preus. Hem d'aconseguir demostrar que el nostre producte o servei és diferent dels altres i proporciona algun valor afegit que no té la resta. Cal tenir en compte que la competència també es voldrà diferenciar, per tant no serà fàcil trobar un espai propi.

## **7. No saber que la clientela no confia gaire en els "principiants"**

---

<sup>1</sup> Clientela a la qual ens dirigim

Sobretot en els serveis, constitueix un handicap que el nou emprenedor, sense un bagatge com a empresari en un determinat camp, no disposa de la confiança de la clientela potencial.

## **8. Pensar només en necessitats financeres d'inversió**

De vegades, la persona emprenedora se centra només en les inversions i s'oblida del capital circulant, que suposa el dia a dia de l'empresa. És important elaborar de manera molt acurada un pla de finançament on quedin reflectits els moviments de tresoreria de l'empresa.

## **9. Donar per segur el finançament extern**

És cert que els bancs normalment demanen garanties a l'hora de donar préstecs. Però cada cop més, intenten assegurar-se que un projecte que han de finançar serà viable i d'èxit. Els ajuts oficials que donen les administracions públiques no són la solució al finançament.

## **10. No estar preparat per a l'èxit**

Contràriament al que sembla, un gran èxit no resol tots el problemes. Hem de tenir en compte la possibilitat de "morir d'èxit" i, si l'empresa va bé, analitzar de què som capaços i comprometre'ns només al que podem assolir. Si no, els efectes de la pèrdua de credibilitat per no complir els terminis acceptats poden tenir més pes que el mateix producte o servei que oferim.

## **11. Subestimar el cost promocional**

Hem de creure en les accions destinades a donar-nos a conèixer, tot i que molt sovint tenen un cost molt elevat. Al principi, és donar-nos a conèixer o morir.

## **12. Despreocupar-se d'aspectes funcionals**

Els negocis es basen en les vendes. No obstant, les vendes no ho són tot per a una empresa: hem de cuidar aspectes com l'atenció a la clientela, la qualitat, etc., aspectes sovint lligats a l'organització interna de l'empresa.

## **13. Donar per suposada la col·laboració dels subministradors**

Sens dubte, la clientela és allò més important. No obstant això, no hem de menysprear la importància d'establir una xarxa eficient amb les empreses proveïdores, i projectar en elles una imatge positiva de la nostra empresa.

*Elaborat a partir de les següents fonts d'informació:*

- *Revista Emprendedores. "Los 35 errores del emprendedor y cómo evitarlos"*

---

El Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya i Barcelona Activa SAU SPM vetllaran per assegurar l'exactitud i fidelitat d'aquesta informació i de les dades contingudes en els informes.

Aquests informes es publiquen per proporcionar informació general. El Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya i Barcelona Activa SAU SPM no acceptaran sota cap circumstància cap responsabilitat per pèrdues, danys o perjudicis o d'altres decisions empresarials basades en dades o informacions que es puguin extreure d'aquest informe.