

Mic plan de afaceri — Olteanu Events Drăgănești SRL

1. Rezumat executiv

Olteanu Events Drăgănești SRL este un exemplu generic de business local integrat în zona serviciilor pentru evenimente. Firma ar putea funcționa ca furnizor de servicii pentru nunți, botezuri, aniversări, evenimente private, petreceri corporate mici și evenimente comunitare locale.

Ideea de bază este simplă: clientul nu cumpără doar muzică, fotografiile, filmare sau decor. Clientul cumpără **organizare, siguranță, predictibilitate și o experiență completă**. Diferența dintre un prestator talentat și o firmă stabilă este dată de capacitatea de a lucra organizat, cu contracte, facturi, prețuri calculate corect, echipamente întreținute și responsabilitate față de client.

Poziționare propusă: Olteanu Events Drăgănești SRL — servicii locale de evenimente, construite pe seriozitate, organizare și livrare corectă.

2. Descrierea afacerii

Firma poate porni ca o structură mică, flexibilă, cu servicii proprii și colaboratori externi. În prima etapă, nu este obligatoriu ca toate serviciile să fie realizate intern. Modelul sănătos este ca firma să dețină controlul asupra relației cu clientul, a contractului, a calendarului și a calității, iar pentru anumite servicii să folosească parteneri verificați.

Element	Propunere inițială
Denumire generică	Olteanu Events Drăgănești SRL
Domeniu	Servicii pentru evenimente private și locale
Public țintă	Familii, cupluri, mici firme, restaurante, comunitate locală
Model de lucru	Servicii proprii + colaboratori verificați
Zonă inițială	Drăgănești și localități apropiate
Avantaj competitiv	Pachet organizat, comunicare clară, prețuri transparente, contracte corecte

3. Servicii propuse

Firma ar putea începe cu servicii de bază și apoi să adauge treptat componente suplimentare. Important este ca fiecare serviciu să fie calculat separat, pentru că fiecare are costuri, timp, risc și marjă diferită.

Segment	Servicii posibile	Observație operațională
DJ / sonorizare	Muzică, sonorizare, microfoane, lumini de bază	Necesită echipamente, transport, montaj, probe și backup minim.
Foto	Fotografii de eveniment, selecție, editare, livrare digitală	Timpul de după eveniment este adesea mai mare decât timpul de la eveniment.
Video	Filmare, montaj, clip scurt, material final	Necesită mult timp de post-procesare și echipamente mai costisitoare.
Decor	Aranjamente simple, panouri, mese, colț foto	Costurile cu materialele, transportul și deteriorarea trebuie calculate atent.
Organizare	Coordonare furnizori, program, comunicare cu clientul	Este serviciu de timp și responsabilitate, nu doar de prezență.
Animator / MC	Prezentare, atmosferă, jocuri, coordonare momente	Contează experiența, prezența scenică și pregătirea dinainte.
Cabină foto	Echipament, consumabile, operator, livrare poze	Are costuri de mentenanță, hârtie, consumabile și transport.
Lumini / efecte	Lumini ambientale, fum greu, artificii reci unde este permis	Necesită atenție la siguranță, autorizații unde este cazul și mentenanță.

4. Pachete comerciale orientative

Pentru început, firma ar putea lucra cu trei niveluri de ofertă. Acestea nu trebuie prezentate ca prețuri fixe înainte de calcul, ci ca **structuri de pachet** care se ajustează după locație, durată, număr de invitați și complexitate.

Pachet	Conținut orientativ	Client potrivit
Basic	DJ / sonorizare de bază, consultanță program, contract și factură	Evenimente mici, aniversări, botezuri restrânse
Standard	DJ, foto, coordonare minimă, lumini de bază	Nunți și botezuri medii, evenimente private locale

Pachet	Conținut orientativ	Client potrivit
Premium Local	DJ, foto, video, decor simplu, coordonare, eventual cabină foto	Clienți care vor o soluție completă și un singur responsabil

Modelul recomandat este ca firma să nu promită „de toate pentru toți”, ci să pornească de la un nucleu clar și să adauge servicii doar dacă există oameni buni și costuri controlate.

5. Calcul operațional pe eveniment

Un eveniment nu trebuie calculat doar după orele vizibile. Dacă un DJ este prezent 5 ore, iar fotograful este prezent 6 ore, clientul vede doar execuția. Firma trebuie însă să includă pregătirea, deplasarea, montajul, demontajul, editarea, comunicarea, contractele, facturarea, riscul și amortizarea echipamentelor.

Componentă	Exemplu de cost care trebuie inclus
Timp de pregătire	discuții client, program, playlist, brief foto/video, verificări
Timp de execuție	ore efective la eveniment
Timp după eveniment	editare foto/video, livrare, arhivare, facturare, follow-up
Echipamente	boxe, mixer, camere, obiective, lumini, laptop, hard diskuri
Software	editare foto/video, licențe, aplicații de facturare, stocare cloud
Deplasare	combustibil, uzură auto, timp pe drum
Marketing	promovare, social media, website, materiale vizuale
Administrativ	contracte, contabilitate, semnătură electronică, comisioane bancare
Risc	anulări, întârzieri la plată, defecțiuni, backup, neprevăzute

O formulă simplă de lucru poate fi:

Preț minim sănătos = cost muncă + costuri directe + amortizare + administrativ + marketing + fond de risc + profit dorit.

6. Exemplu orientativ de calculație pentru un eveniment standard

Următorul exemplu este strict orientativ și are rol educativ. Valorile reale trebuie calculate în funcție de echipamente, zonă, nivelul de experiență, numărul de oameni implicați și forma fiscală.

Segment	Cost complet estimat	Profit dorit	Preț minim fără TVA
DJ / sonorizare	1.200 lei	400 lei	1.600 lei
Foto	1.500 lei	500 lei	2.000 lei
Video	1.800 lei	700 lei	2.500 lei
Decor simplu	900 lei	300 lei	1.200 lei
Coordonare eveniment	700 lei	300 lei	1.000 lei
Total pachet standard extins	6.100 lei	2.200 lei	8.300 lei

Dacă firma este plătitoare de TVA, TVA-ul se adaugă peste prețul fără TVA. Dacă nu este plătitoare de TVA, prețul final către client trebuie gândit astfel încât să acopere totuși taxele, contribuțiile, riscurile și profitul net dorit.

7. Investiții inițiale orientative

Businessul poate începe prudent, fără investiții exagerate. O greșeală frecventă este cumpărarea de echipamente scumpe înainte ca firma să aibă un flux stabil de clienți. Recomandarea este ca investițiile să fie etapizate.

Investiție	Nivel minim orientativ	Observație
Sonorizare de bază	8.000–15.000 lei	Boxe, mixer, microfon, cabluri, stative
Lumini de bază	3.000–8.000 lei	Se pot extinde treptat
Laptop / control muzică	3.000–6.000 lei	Important pentru stabilitate și backup
Foto / video	15.000–40.000 lei	Dacă serviciul este intern; altfel se poate colabora
Stocare și backup	1.500–4.000 lei	Obligatoriu pentru foto/video

Investiție	Nivel minim orientativ	Observație
Website și branding	1.500–5.000 lei	Prezență minimă, portofoliu, formular contact
Aplicații / software	1.000–4.000 lei/an	Editare, facturare, cloud, licențe
Fond de rulment	10.000–20.000 lei	Pentru avansuri, reparații, întârzieri la plată

O variantă prudentă este ca firma să înceapă cu nucleul **DJ / sonorizare / coordonare**, iar foto, video și decor să fie oferite prin colaboratori până când există volum suficient pentru investiții proprii.

8. Organizare internă

La început, firma poate funcționa cu un administrator implicat direct și o rețea de colaboratori. Pe măsură ce volumul crește, este important să existe proceduri simple pentru fiecare eveniment.

Rol	Responsabilități
Administrator	vânzare, contracte, relația cu clientul, ofertare, control financiar
Responsabil eveniment	coordonare ziua evenimentului, furnizori, program, probleme operative
DJ / tehnic	sonorizare, muzică, montaj, probe, backup echipamente
Foto / video	captare, editare, livrare materiale
Colaboratori	decor, cabină foto, animatori, lumini speciale, după caz

Firma trebuie să aibă câteva documente de bază: ofertă scrisă, contract, anexă cu serviciile incluse, politică de avans, termen de plată, reguli pentru anulare și procedură de livrare a materialelor foto/video.

9. Riscuri principale

În serviciile de evenimente, riscurile nu sunt doar financiare. Sunt și riscuri de reputație, de timp, de echipamente și de comunicare.

Risc	Efect	Măsură recomandată
Lucru fără contract	neîncasare, conflicte, neclarități	contract simplu, avans, servicii clar definite
Echipament defect	eveniment compromis	backup minim, verificare înainte de eveniment
Preț calculat greșit	muncă multă, profit mic	calculație pe ore, costuri și risc
Colaboratori neserioși	întârziere, calitate slabă	listă de parteneri verificați, confirmări scrise
Întârzieri la plată	presiune pe cash-flow	avans, tranșe, termen clar de plată
Promisiuni neclare	client nemulțumit	ofertă detaliată și anexă la contract
Folosirea imaginilor fără atenție	reclamații, neîncredere	acorduri, comunicare clară, selecție atentă a materialelor publicate

10. Strategie de promovare

Promovarea trebuie să fie locală, vizuală și bazată pe încredere. Pentru evenimente, oamenii cumpără mult din recomandări, exemple reale și impresia că furnizorul este serios.

Canal	Ce se publică
Facebook local	poze de atmosferă, testimoniale, pachete, disponibilitate
TikTok / Reels	scurte momente de la evenimente, montaj înainte/după, setup tehnic
Website	servicii, portofoliu, formular cerere ofertă, termeni generali
Google Business Profile	recenzii, poze, localizare, telefon
Parteneriate	restaurante, saloane, fotografi, decoratori, formații, cofetării
Recomandări	discount pentru recomandări sau bonus servicii mici

Cel mai important canal la început poate fi combinația dintre **Facebook local, recomandări și parteneriate cu restaurante/saloane.**

11. Obiective pentru primul an

Primul an nu trebuie tratat ca o cursă după volum, ci ca o perioadă de validare. Firma trebuie să învețe ce servicii aduc marjă bună, ce clienți sunt potriviți și ce colaboratori pot fi păstrați.

Perioadă	Obiectiv
Primele 3 luni	definirea pachetelor, contractelor, paginii de prezentare și a colaboratorilor
Lunile 4–6	5–10 evenimente validate, portofoliu foto/video, primele recenzii
Lunile 7–9	optimizarea prețurilor, eliminarea serviciilor neprofitabile, parteneriate locale
Lunile 10–12	plan de investiții pentru anul următor, buget pentru echipamente și marketing

Un obiectiv realist ar fi ca firma să nu urmărească doar cifra de afaceri, ci **marja pe eveniment** și capacitatea de a livra fără haos.

12. Concluzie

Olteanu Events Drăgănești SRL poate fi un exemplu bun de firmă locală construită sănătos în jurul serviciilor pentru evenimente. Cheia nu este să ofere toate serviciile din prima zi, ci să controleze bine relația cu clientul, calitatea, documentele, prețurile și colaboratorii.

Pe termen lung, businessul nu va fi ținut în picioare doar de talentul oamenilor implicați, ci de organizare. Contractele, facturile, prețurile corecte, evidența costurilor, disciplina financiară și comunicarea clară cu clientul sunt cele care transformă un prestator bun într-o firmă stabilă.

Ideea centrală: În evenimente, talentul aduce primul client. Organizarea aduce următorii clienți și ține firma în viață.