

CUPRINS

1. **Rezumat Executiv** – Prezentare pe scurt a principalelor concluzii și cifre cheie ale studiului (pentru o vedere de ansamblu rapidă).
2. **Descrierea Pieței și Tendințe** – Dimensiunea pieței (valoare, volum), rata de creștere, trenduri majore și evoluția așteptată a pieței.
3. **Public Țintă și Nevoi** – Cine sunt clienții vizați (profil demografic sau de firmă), ce nevoi sau probleme au și cum le rezolvă produsul/serviciul propus.
4. **Analiza Competitorilor** – Principalii competitori de pe piață, cota lor de piață (dacă este publică), oferte și strategii, puncte forte și slabe ale concurenților.
5. **Segmentarea Pieței (dacă este cazul)** – Împărțirea pieței în segmente relevante (de ex. pe categorii de clienți, zone geografice sau intervale de preț) și caracteristicile fiecărui segment.
6. **Tendințe și Inovații** – Tehnologii emergente, inovații sau schimbări din industrie care ar putea influența produsul/serviciul (ex: digitalizare, automatizare, AI în domeniu etc.).
7. **Mediul Legislativ și Provocări** – Reglementări specifice industriei sau pieței țintă (licențe, standarde, restricții) și alte provocări externe (bariere la intrare, condiții economice).
8. **Oportunități și SWOT** – Oportunități de piață neexploatate, amenințări potențiale și un scurt **SWOT** (analiză internă a punctelor tari/slabe și factorii externi – oportunități/amenințări – relevanți pentru inițiativa IMM-ului). Minim 5, maxim 10 descrieri pentru fiecare criteriu din analiza SWOT
9. **Riscuri** – Se va prezenta o analiza a riscurilor, in functie de tipologia de riscuri identificata (juridica, fiscala, sociala, economica etc), riscul de aparitie (se va acorda scor de la 1 la 10ș 1= risc de aparitie minim, 10= risc de aparitie maxim) si impactul (se va acorda scor de la 1 la 10ș 1= impact minimș 10 = impact maxim)pe care riscul il poate avea asupra pietei cercetate. Se va acorda un scor al riscului, calculat ca si produs intre risc si impact si se vor prezenta top 3 riscuri, impreuna cu modalitatea de atenuare, diminuare sau mitigare a fiecarui risc prezentat
10. **Nevoi neacoperite in piata** – se va insista pe acest capitol si vor detalia oportunitatile generate de existenta unor eventuale nevoi neacoperite
11. **Concluzii și Recomandări Strategice**– Sinteza constatările cheie și recomandări concrete de acțiune (ex: poziționare pe piață, ajustări ale produsului, strategii de intrare pe piață), bazate pe datele colectate. Se va pune accent si se vor detalia cate se va putea de mult recomandarile strategice si propunerile concrete, actionabile. Important: tine cont ca ne adresam unor companii

mici fara resurse financiare, umane si tehnice, deci limbajul folosit trebuie sa fie unul simplu, clar si direct.

12. **Referințe** – Se vor prezenta toate referintele folosite in cadrul analizei de piata. Se vor face trimiteri automate din text, catre referintele respective din acest capitol. Pentru articolele de presa, sau rapoarte, se va prezenta sursa exacta. Pentru bazele de date se va prezenta doar trimitere catre site-ul de baza – exemplu: <https://ec.europa.eu/eurostat>,

(Notă: Acest cuprins poate fi ajustat în funcție de specificul produsului/serviciului și al pieței; de exemplu, pentru produse B2C poate fi accentuat “Comportamentul consumatorilor”, iar pentru B2B se pune accent pe analiza industriei și a companiilor țintă.)