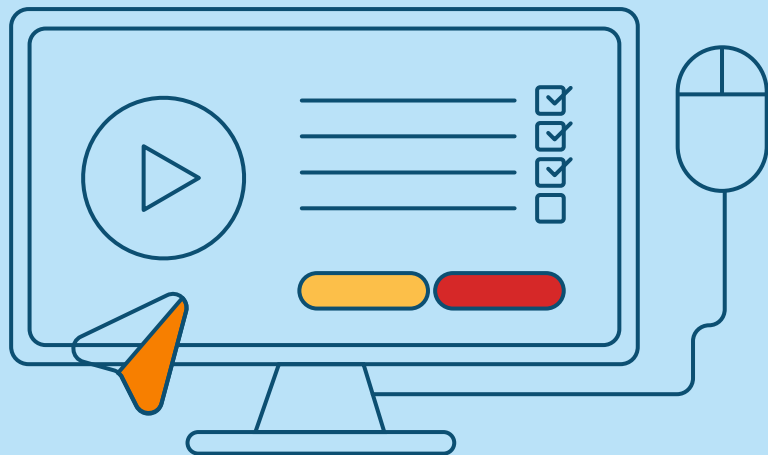


2026

Fundamente de Antreprenoriat

21.05.2026



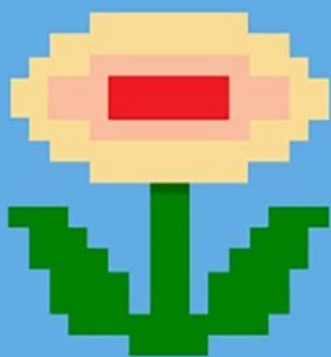
Curs 12: Cine sunt potențialii clienți?

Smaranda IGNAT
cofondator Proptech Romania

<https://www.linkedin.com/in/smarandaignat/>



+



=



Potential customer

Your product

Your customer who can now
do awesome new things



What you sell



What customers buy

"People don't want to buy a quarter-inch drill. They want a quarter-inch hole!"



If you go deeper – they actually want to hang a picture on the wall



*Theodore Levitt

MARKET



Cât de mare este Piața Potențială și Cine este Clientul?

Valoare?

Preț?

Preț = Valoare?



TAM


Total market for your product.

SAM

Percentage of SAM you can realistically capture.

SOM

Portion of the market you can acquire based on your business model (your targets).



Modelul TAM SAM SOM ajută la înțelegerea dimensiunii pieței și la calcularea procentului din piață pe care îl va captura/acapara produsul.

Analiză necesară mai ales în atragerea unui investitor.



Definiții și sfaturi despre:

- **Ce este TAM SAM SOM**
- **Cum se completează TAM SAM SOM Canvas**
- **Cum sa eviți cele mai întâlnite erori**



TAM =

**Total Addressable Market
[Piața Totală Adresabilă]:**

**Cât de mare este
cea mai mare piață?
[care este valoarea
tuturor clienților
din acea piață]**

SAM =

**Serviceable Available
Market**

**[Piața Disponibilă
Adresabilă]:
Care este bucata din
piață care se
potrivește cel mai
bine produsului?**

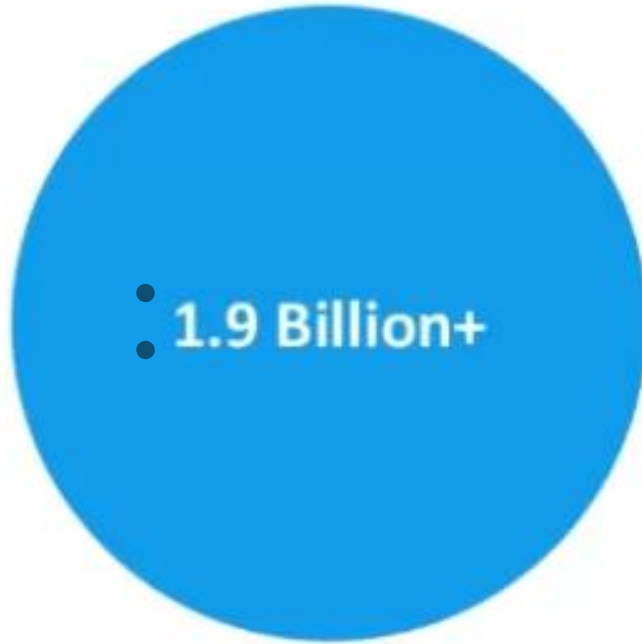
SOM =

**Servi. Obt. Mkt [Piața
Probabil de Obținut]:
Care este % realist?**

Market Size

AirBnB

5



TRIPS BOOKED (WORDLWIDE)
Total Available Market

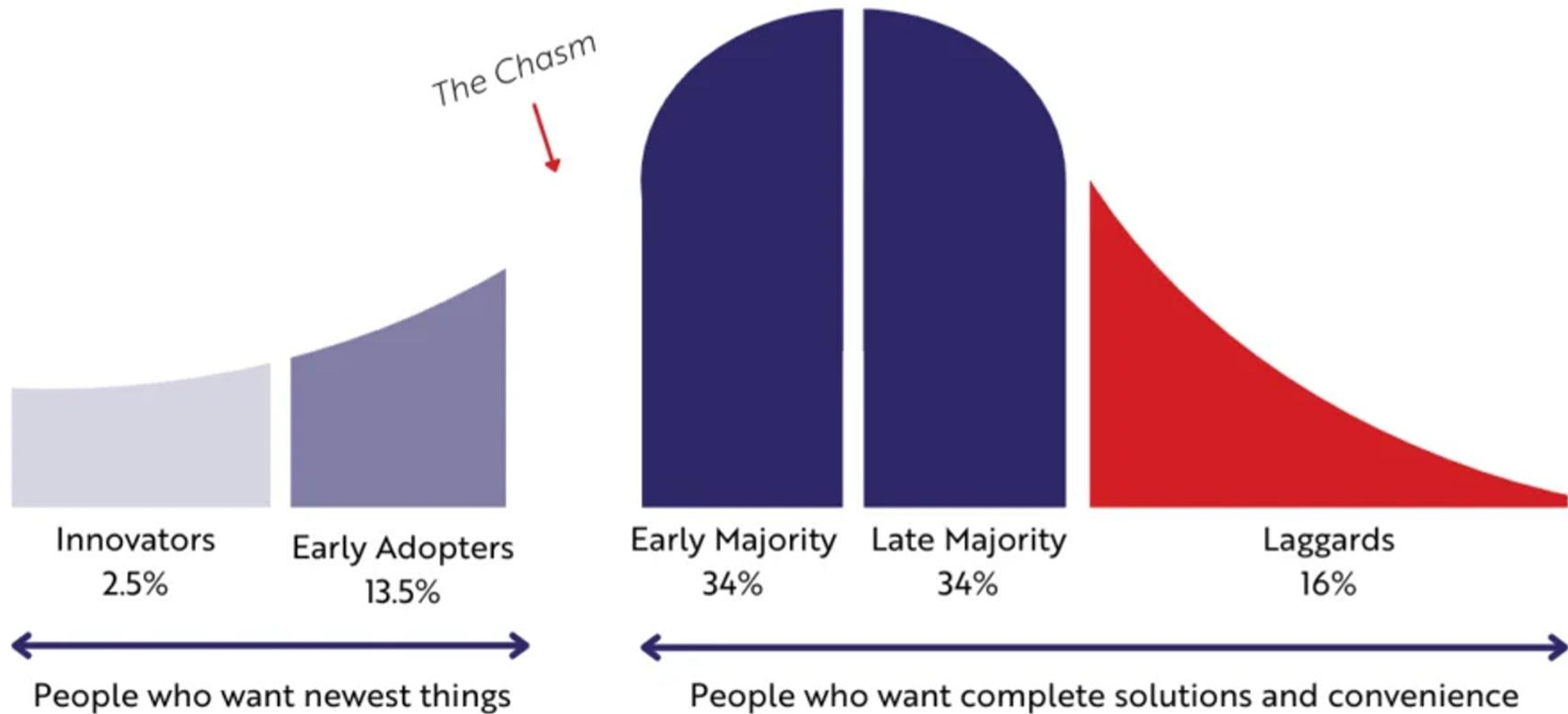


BUDGET & ONLINE TRIPS
Serviceable Available Market



TRIPS W/AB&B
Market Share

Crossing the Chasm






Crossing the Chasm – “Traversarea Prăpastiei”

Provocarea: trecerea de la Early adopters la Early majority

Inovatorii și Early adopters acceptă produse incomplete

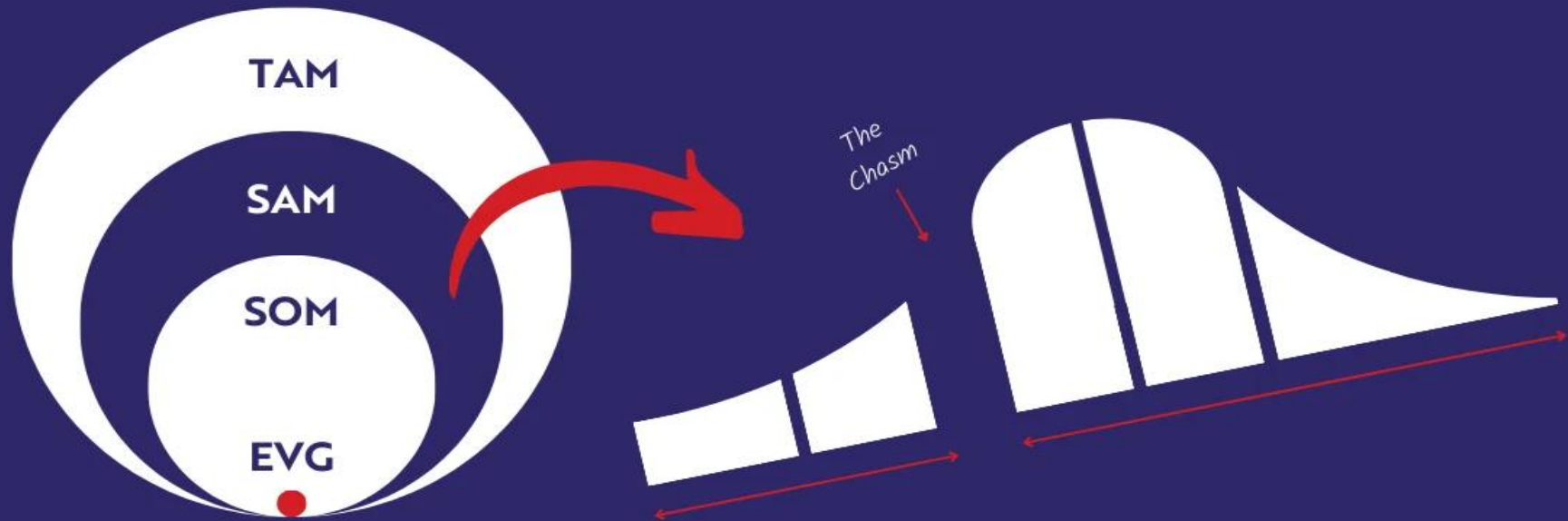
Early majority se așteaptă la soluții complete, integrate.

Pentru a face “trecerea” (cross the chasm):

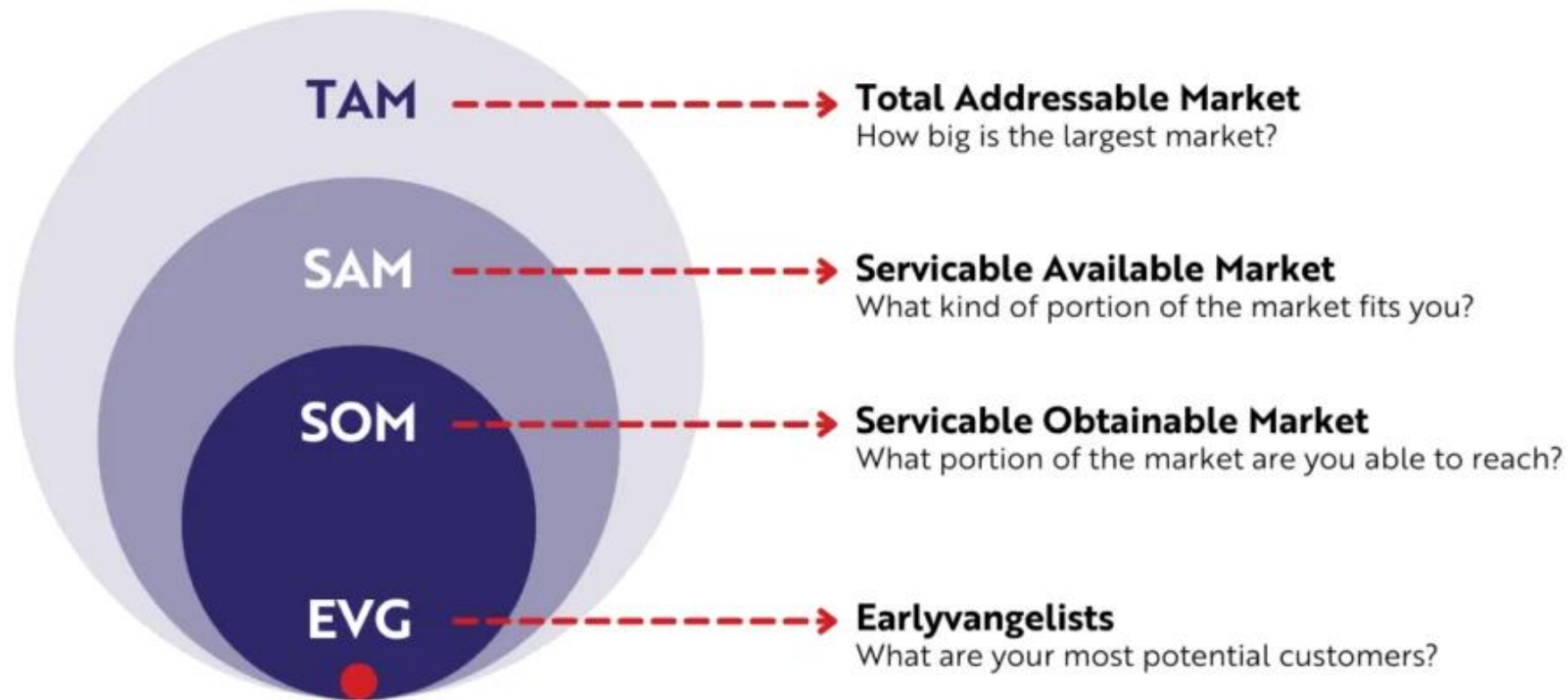
- 
- Feedback rapid
 - Scalabilitate îmbunătățită
 - Bariere de adopție îndepărtate



TAM SAM SOM Model



TAM SAM SOM



Cine sunt Earlyvangelists?

- ✓ Au o problemă reală și măsurabilă
- ✓ Înțeleg că au o problemă
- ✓ Sunt activi în căutarea unei soluții
- ✓ Problema este destul de mare, astfel încât au încropit o soluție, chiar DIY
- ✓ Au resurse/buget ca să rezolve problema
- ✓ Sunt “Cei mai probabili clienți”
- ✓ Vor spune altora despre soluția ta!

TAM SAM SOM+ Fast Food Restaurants

Total Available Market

€2 bln.

World wide fast food restaurant
markt

TAM

Serviceable Available Market

€100 mln.

Fast food restaurants in
2 cities

SAM

Serviceable Obtainable Market

€5 mln.

Fast food restaurants
without competitors

SOM

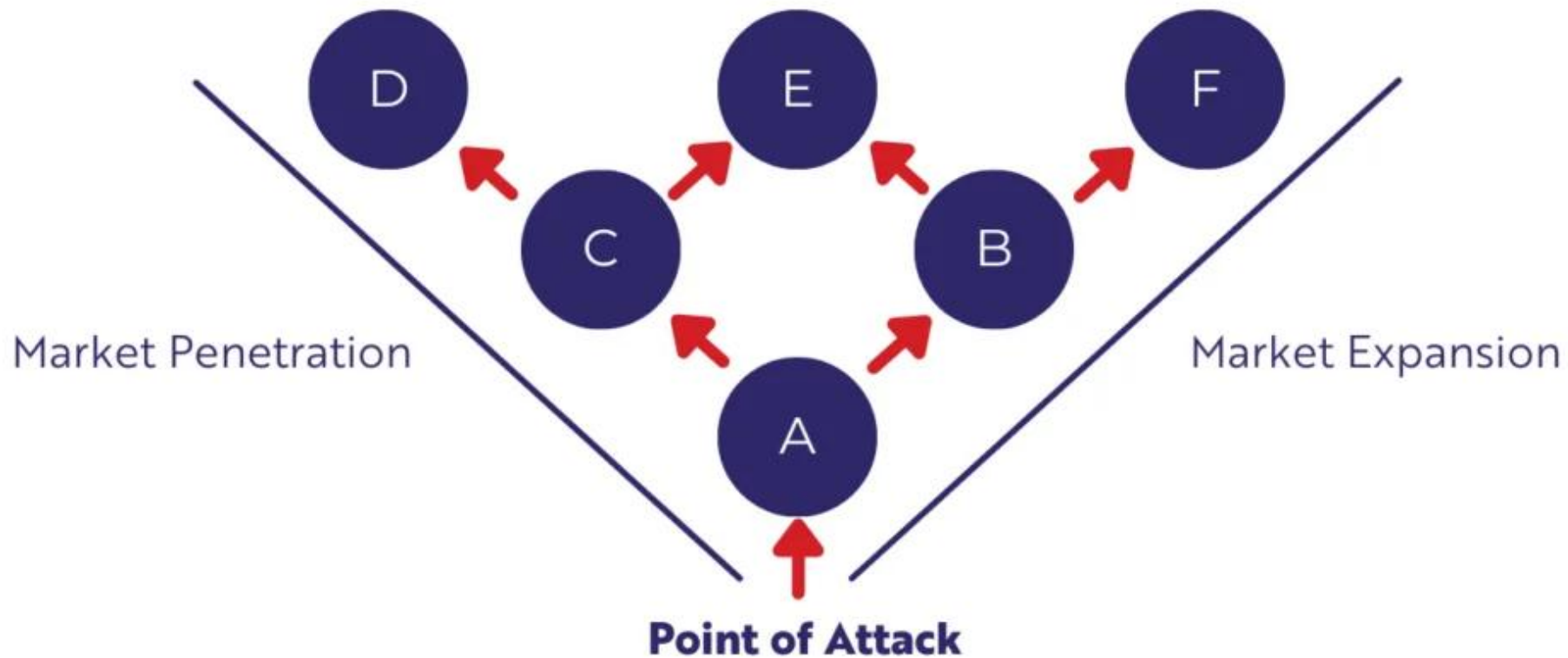
Earlyvangelists

€250k

Foodies within ~200
meters

+

Beachhead Strategy



Strategia Beachhead [Cap de Pod]

Concentrează resursele pe cucerirea unui segment de piață mai mic (beachhead). Odată asigurată și cucerită această piață, urmează extinerea spre zone mai largi.

Beachhead prin achiziție: cumpărarea de companii în noi locații sau piețe de interes.



Nișa / Breșa / Capul de Pod

Segment mic, bine definit, dintr-o piață mai largă, cu nevoi specifice și nesatisfăcute pe deplin, o oportunitate pentru afaceri să se specializeze, să aibă concurență redusă și să vizeze un grup restrâns de clienți cu cerințe clare.

- Segmentare - public restrâns, cu interese și nevoi comune.
- Specializare - produse/servicii specifice, care nu sunt acoperite de piața de masă.
- Concurență - redusă - mai puțini concurenți puternici decât în piața generală.
- Profitabilitate - ridicată, clienții sunt dispuși să plătească mai mult pentru soluții personalizate.

1. Earlyvangelists

Qty

2. Serviceable Obtainable Market

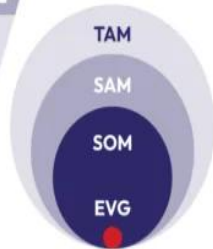
Qty

3. Serviceable Available Market

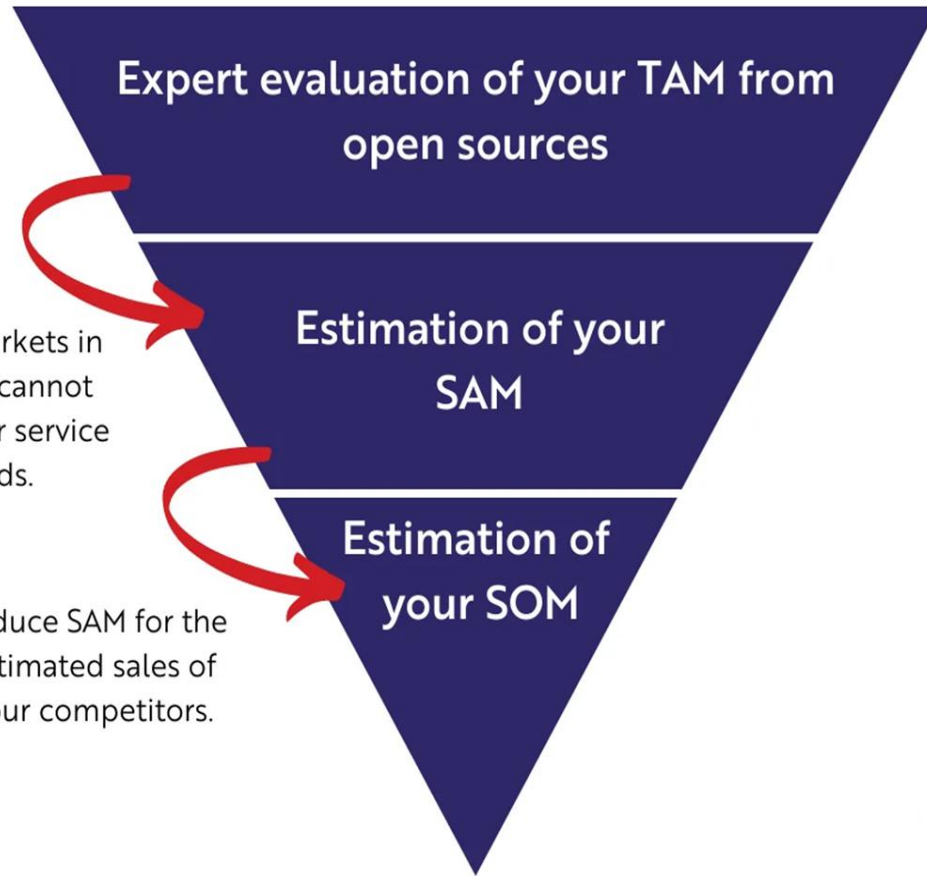
Qty

4. Total Addressable Marketing

Qty

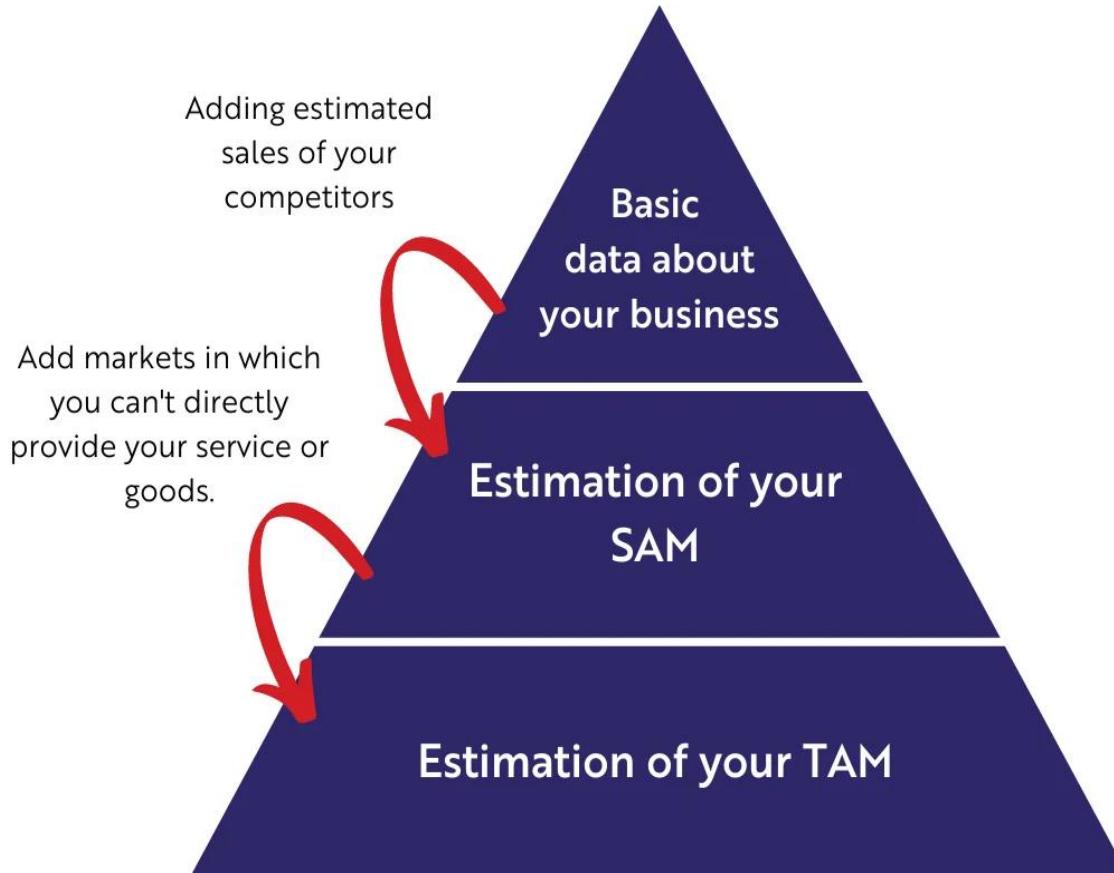


Top-down Approach



Se pornește de la cele mai mari date statistice disponibile → se reduce apoi cu filtre economice, geografice sau demografice [Ex. clienții din Europa/Romania, cu venituri peste 6000 lei/luna, între 18 și 35 de ani, studii superioare, din urban)

Bottom-up Approach



Se incepe cu date statistice: (#clienti \times VMC [venit mediu/client] \times % conversie).

Folositoare când avem un pilot sau date interne.

Dezavantaj: presupunerile pot fi înșelătoare la scara internațională

Q&A





Chestionar de evaluare →
(activ în intervalul 19:30 – 20:00)!

Curs 12: Cine sunt potențialii clienți?

