

Business Plan



homy
space

Laura Esteban Mayoral
Paloma García Roldán
Raquel Albertos Mas
Sheila Otero Díaz

INDICE

1. MISSIONE	3
2. INTRODUZIONE PROGETTO IMPRENDITORIALE	3
3. L'IMPRESA: IL GRUPPO IMPRENDITORIALE	3
4. CONTESTO STORICO DELLA STAMPA	3
5. LE POSIZIONI CHIAVE	6
6. FORMA E COMPOSIZIONE SOCIETARIA	6
Struttura organizzativa del team di gestione	6
Struttura del Consiglio di amministrazione	7
Struttura dell'azionariato	8
7. PRINCIPALI DATI ECONOMICO-FINANZIARI	8
8. FONTI DI FINANZIAMENTO	9
9. IL MERCATO TARGET	9
10. LA CONCORRENZA/ANALISI CONCORRENTE	10
11. I MERCATI DI APPROVVIGIONAMENTO	10
12. IL SISTEMA DI OFFERTA	11
13. IL PIANO DI MARKETING	12
14. LA STRUTTURA TECNICO-INDUSTRIALE E R&S	12
Struttura tecnico-industriale	12
R&S	13
15. LOGISTICA E COMMERCIALE	13
16. ASPETTI ORGANIZZATIVI	14
17. RETE	14
18. ASPETTI LEGALI	15
19. PREVISIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE	16
20. VISIONE	18
21. RAPPORTI CON IL DESTINATARIO DEL BUSINESS PLAN	18

1. MISSIONE

La missione di Homyspace è innanzitutto quella di trovare un alloggio per i dipendenti delle aziende, in Spagna, nei Paesi europei o anche negli Stati Uniti, in modo rapido ed economico. I clienti della nostra azienda si rivolgono a noi con un'esigenza chiara e precisa: un alloggio a un prezzo accessibile e un team che si occupi della sua gestione per ottenere questi prezzi più bassi.

2. INTRODUZIONE PROGETTO IMPRENDITORIALE

Gli obiettivi dell'investimento per cui si richiede il finanziamento sono i seguenti:

- a. Fornire alla Società la struttura di capitale umano necessaria per:
 - i. Continuare lo sviluppo dei prodotti per consentire alla Società di continuare ad adattarsi alle esigenze dei clienti e dei proprietari di casa.
 - ii. Eseguire il piano di automazione dei processi aziendali che migliorerà l'efficienza delle operazioni e aumenterà la scalabilità.
 - iii. Migliorare le procedure di acquisizione dei prodotti e di assistenza ai clienti sulla base di un trattamento personalizzato.
 - iv. Attirare nuovi clienti con il profilo di grandi aziende con ampie esigenze di trasferimento di attrezzature.
- b. Investire nel marketing per posizionare il marchio in Spagna e in Europa, attirare nuovi prodotti e nuovi clienti.
- c. Promuovere l'internazionalizzazione in diversi Paesi europei.

3. L'IMPRESA: IL GRUPPO IMPRENDITORIALE

L'azienda su cui lavoreremo è Homyspace. Si tratta di una start-up* dedicata all'affitto temporaneo di alloggi a medio termine (tra i 15 giorni e l'anno) per i lavoratori dislocati dalle loro aziende, che hanno bisogno di un alloggio mentre svolgono la loro attività professionale lontano dal luogo di residenza o per effettuare una formazione, rafforzare le loro conoscenze in altre delegazioni, chiudere accordi, ecc. È un'azienda tecnologica che automatizza e digitalizza l'intero mercato del noleggino per metterlo a disposizione dei propri clienti.

*Le start-up sono aziende emergenti che cercano di commercializzare servizi e/o prodotti con un forte legame con le nuove tecnologie (ICT).

4. CONTESTO STORICO DELLA STAMPA

L'azienda analizzata è stata fondata nel 2016 da Ángel Mayoral e Alberto García, entrambi CEO e co-fondatori, anche se attualmente è composta da 37 professionisti, che lavorano dalla sede centrale di Valencia.

Come tutte le grandi imprese, l'idea è nata per fornire una soluzione a un'esigenza preesistente. L'azienda valenciana ha trovato una nicchia in cui non c'era nessuna società in grado di gestire questo tipo di operazioni. I lavoratori avevano bisogno di una casa in cui sentirsi a proprio agio e in cui poter soggiornare mentre lavoravano lontano dai loro luoghi di residenza abituali. Non solo, ma oggi la tendenza derivante dalla responsabilità sociale e dalle nuove forme organizzative è quella di offrire corsi ai lavoratori per rafforzare le loro conoscenze.

Spesso queste formazioni sono offerte in grandi capitali, e quindi avranno bisogno anche dei servizi di Homyspace. È vero che l'esigenza era già coperta dai servizi offerti dagli hotel, tuttavia questa opzione è decisamente più costosa di un appartamento, che è più difficile da trovare per un soggiorno di pochi mesi. Ecco perché ci riferiamo a questa "esigenza coperta" dalla nostra azienda, in quanto si occupa di ammortizzare la perdita di tempo e di denaro delle aziende che cercano alberghi come se fossero dei privati.

In questo modo, Homyspace evita ai clienti che prima dovevano cercare un hotel ogni volta che andavano in visita, negoziare prezzi e date, gestire i contratti..., eccetera, di dover rifare tutto da capo. Tutto questo insieme a un'altra esigenza: un numero abbondante di proprietari di immobili che non volevano più continuare ad affittare le loro proprietà per anni o nel settore turistico, a causa dei diversi problemi causati dall'impegno e dalla gestione. Homyspace approfitta di questa situazione per metterli in contatto con questa nuova forma di inquilini, che sarebbero i dipendenti delle diverse aziende che compongono la famiglia Homyspace.

Nei primi due anni di vita, hanno ospitato più di 5.000 lavoratori in diversi Paesi, realizzando un profitto per i loro fornitori di oltre 6 milioni di euro. Attualmente hanno già collaborato con più di 2.000 aziende e nell'ultimo anno hanno moltiplicato il loro fatturato per 2,5.

Breve descrizione dell'attività e del background dell'azienda:

Nel febbraio 2016 abbiamo iniziato l'incubazione del progetto da parte del principale incubatore di startup in Spagna, Demium Startups, e per diversi mesi abbiamo convalidato la fattibilità del progetto e la nicchia di mercato. Abbiamo individuato una chiara esigenza per i nostri clienti e, ancor prima della costituzione, lavoravamo già con 7 aziende con 11 prenotazioni confermate e fatturate.



Nell'agosto 2016 è stata costituita la società Homyspace Business Housing, S.L. sotto la quale sviluppiamo la nostra attività con un team multidisciplinare a tempo pieno.

Alla fine del 2016, attraverso la costituzione di soci investitori e il conferimento dei soci fondatori, abbiamo chiuso un aumento di capitale con sovrapprezzo di emissione, per un importo totale di 52.000 euro. Con questa somma siamo riusciti a incorporare nell'azienda personale chiave, che ora dirige i settori Booking (prenotazioni), Outbound (acquisizione di prodotti) e Product (reparto IT).

Nel 2017 abbiamo assunto Juan Ramírez che, insieme a Rubén Ballesteros (CTO), ha iniziato a programmare il nostro software (Homybrain). Nello stesso anno abbiamo vinto il concorso Venture Network a Valencia e, successivamente, il concorso nazionale.

Nell'ottobre 2017 abbiamo anche vinto il terzo premio del concorso 5U, che premia le migliori startup delle 5 università della Comunità Valenciana.

Siamo riusciti a chiudere un round di aumento di capitale con sovrapprezzo di 270.000 euro, guidato da Encomenda Smart Capital. Questo finanziamento ci permette di incorporare più personale nel team di vendita e un altro sviluppatore per far progredire il software.

Abbiamo chiuso il 2017 con 1.141 richieste e 197 prenotazioni, generando un fatturato di 665.000 euro (GMV - Gross Merchandise Volume) e ricavi per 66.117 euro, chiudendo l'anno con 1.012 appartamenti in magazzino e 9 dipendenti.

Nel 2018 abbiamo messo in atto tutte le leve per scalare l'azienda:

- Integrazione con Sales Force per automatizzare tutti i processi in uscita (domanda e offerta).
- Selezione, assunzione e formazione di 8 persone per il reparto Outbound.
- Incorporazione di altre 5 persone nel team di sviluppo del software per progredire nelle automazioni e migliorare l'esperienza dell'utente.
- Assunzione di un direttore vendite internazionale.
- Apertura di 4 nuove città internazionali: Parigi, Lisbona, Porto e Versailles.
- Firma di un accordo con American Express per dilazionare il pagamento ai nostri clienti fino a 60 giorni, che ci permette di iniziare a lavorare con aziende come Inditex, Mercadona, Campofrío, ecc.
- Chiusura di un round di finanziamento di 440.000 euro (attraverso un aumento di capitale con sovrapprezzo) nell'ottobre 2018, a cui partecipano tutti i partner precedenti e il Banco de Sabadell entra a far parte della società con un contributo di 100.000 euro attraverso BSTARTUP10, S.L.
- Premio 2° miglior startup UPV 2018

Abbiamo chiuso il 2018 con i seguenti risultati:

- 29 dipendenti (3,2 volte il 2017)
- 1,8 M€ di fatturato (2,7 volte quello realizzato nel 2017)
- 557 prenotazioni (2,8 volte il 2017)
- 221.228 entrate (3,4 volte il 2017, a dimostrazione di un miglioramento del nostro potenziale di monetizzazione delle operazioni).
- 6.713 appartamenti in stock (6,6 volte il 2017) con presenza in tutte le città spagnole e in 4 città europee.

- Nuovi clienti multinazionali: H&M, Inditex, Red Bull, Amazon, LG, Calcedonia, Louis Vuitton, Accenture, Campofrío, BP Refinery, Banco Mare Nostrum, ecc.

Nel primo trimestre del 2019 stiamo realizzando un fatturato quasi triplicato rispetto al primo trimestre del 2018:

- 36 dipendenti (+7 rispetto a fine 2018)
- 995.000 di fatturato (2,8x 1Q18)
- 277 riserve (2,8x 1Q18)
- 103.000 ricavi (2,7x 1Q18)
- Il reparto Offerte in uscita acquisisce più di 1.000 appartamenti al mese.
- Nuovi clienti multinazionali: Vueling, Prosegur, Balearia, Nike, Air Nostrum, LG, Google, ecc.
- Apertura di due nuove città: Roma e Londra.

5. LE POSIZIONI CHIAVE

Homyspace ha una strategia di posizionamento basata sulla classe di utenti, in quanto si concentra chiaramente su un tipo molto specifico di clienti, che sono solo le aziende.

6. FORMA E COMPOSIZIONE SOCIETARIA

Struttura organizzativa del team di gestione:

Ángel Mayoral

È il CEO e co-fondatore dell'azienda. Ha 45 anni, è un ingegnere tecnico in gestione informatica, è stato Store Development Manager presso Media Markt (1 anno) e Marketing Manager presso Game Stop (16 anni). Il suo profilo LinkedIn è il seguente: <https://www.linkedin.com/in/angelmayoralgarcia/>. Ángel coordina anche il team Outbound (domanda e offerta).



Alberto García

Chief Operations Officer (COO) e Chief Marketing Officer (CMO) e co-fondatore dell'azienda, ha 29 anni, è laureato in giornalismo e ha conseguito un master in Digital Marketing e Social Media. È stato Digital Marketing Advisor presso Swiss Education Group (1 anno e 9 mesi) e Digital Marketing Manager presso Clubrural (4 mesi). Coordina i dipartimenti di processo e il team di marketing. Il suo profilo LinkedIn è il seguente: <https://www.linkedin.com/in/alberto-garc%C3%ADa/>



Pablo Gutiérrez

È il CTO dell'azienda. Ha 43 anni, è un ingegnere tecnico industriale in elettronica (senza PFC). È stato Senior Software Engineer presso FON (1 anno e 5 mesi) e Senior Software Engineer presso TESCO (1 anno e 5 mesi). Il suo profilo LinkedIn è il seguente: <https://www.linkedin.com/in/pablo-gutierrez-34149111/>. Pablo coordina il team di sviluppo, con un team di sviluppo del prodotto, un team di Frontend e un team di Backend.

Carlos Miranda

È il responsabile delle vendite dell'azienda. Ha 49 anni ed è un ingegnere tecnico in gestione informatica. È stato Store Manager presso AKI (2 anni e 1 mese) e Deputy Store Manager presso Media Markt (1 anno e 8 mesi). Il suo profilo LinkedIn è il seguente: <https://www.linkedin.com/in/carlosmirandaizaguirre/>. È responsabile delle vendite e del team di Customer Success.

Boris Gonzalez

È il responsabile delle risorse umane. Ha 36 anni, una laurea in Psicologia, un Master in Gestione delle Risorse Umane e un MBA, ed è stato HR Business Partner presso Citresa (2 anni) e Senior HR Technician presso Keraben (6 mesi). Il suo profilo LinkedIn è il seguente: <https://www.linkedin.com/in/boris-gonzález-salinero-3417074b/>

Sonia Málaga

È la responsabile delle prenotazioni. Ha 39 anni ed è laureata in Amministrazione e Finanza. È stata KAM presso Seur (1 anno) e responsabile del servizio clienti presso Game Stop (8 anni). Questo è il suo profilo LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/soniamalago/>

Vicente Esteve

È il direttore finanziario (esterno) della Società. Ha 43 anni ed è laureato in Economia. Gestisce una propria società di consulenza finanziaria specializzata in startup (6 anni e 5 mesi) ed è stato revisore contabile presso Arthur Andersen e Deloitte (9 anni). Il suo profilo LinkedIn è il seguente: <https://www.linkedin.com/in/vicentesteve/>

Struttura del Consiglio di amministrazione:

Il Consiglio di amministrazione è attualmente composto da 5 membri.

- Ángel Mayoral come cofondatore.
- Alberto García come cofondatore.
- Antonio González, socio investitore di business angel. È direttore aziendale dell'organizzazione e delle persone presso il Grupo Alimentario Citrus e ha ricoperto varie posizioni di responsabilità presso Gamestop (direttore generale e direttore delle risorse umane, tra gli altri). Questo è il suo profilo LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/antonio-gonzález-8b3b73a/>
- Jorge Dobón è il CEO e cofondatore dell'incubatore Demium Startups, dove è nato Homyspace. È stato COO di Sonar Ventures e fondatore e CEO di una startup, Placeres Ibéricos. Questo è il suo profilo LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/jorgedobon/>

- Carlos Blanco è socio amministratore e cofondatore del fondo di venture capital Encomenda, fondatore e presidente di Nuclio Venture Builder, fondatore e presidente di Conector Startup Accelerator, cofondatore di Barcelona Tech City e investitore e membro dei consigli di amministrazione di startup (Glovo, Eelp!, Finteca e Verone Jewels, tra le altre). Il suo profilo LinkedIn è il seguente: <https://www.linkedin.com/in/carlosblanco/>

Struttura dell'azionariato

La situazione attuale dei partner della Società è la seguente:

- Ángel Mayoral (26,97%) - contributo di 6.050 euro - Amministratore delegato e membro del Consiglio di amministrazione.
- Alberto García (18,94%) - contributo di 2.750 euro - COO e CMO e membro del Consiglio di amministrazione.
- Demium Startups, S.L. (13,21%) - Contributo di 10.450 euro - Membro del Consiglio di Amministrazione.
- Antonio González (4,60%) - contributo di 45.000 euro e membro del Consiglio di amministrazione.
- Sensu Invest, S.L. (6,31%) - Contributo di 100.000 euro.
- Harold Pareja (1,05%) - Contributo di 5.000 euro - Responsabile del team di prodotto.
- Instituto Valenciano de la Visión, S.L. (2,69%) - Contributo di 40.000 euro.
- Lagar Brothers, S.L. (1,34%) - Contributo di 26.000 euro.
- José Solá (0,18%) - Contributo di 3.000 euro.
- Guillem Serra (0,30%) - Contributo di 5.000 euro.
- Demium Ventures, S.L. (1,52%) - Contributo di 25.000 euro.
- Vicente Valero (0,18%) - Contributo di 3.000 euro.
- Encomenda Seer I A ed Encomenda Seed I B (19,07%) - 349.997,44€ 50% ciascuna - Membro del Consiglio di Amministrazione.
- BStartup10, S.L. (3,65%) - Contributo di 100.000 euro - Osservatore (con voce, senza voto) nel Consiglio di amministrazione.

7. PRINCIPALI DATI ECONOMICO-FINANZIARI

Il dato economico principale è il finanziamento di 1,2 milioni di euro nel 2020 grazie alla collaborazione di uno dei suoi partner, Big Sur Ventures.

Alla fine del 2018, attraverso la costituzione di soci investitori e il conferimento dei soci fondatori, abbiamo chiuso un aumento di capitale con sovrapprezzo di emissione, per un importo totale di 52.000 euro. Con questa somma siamo riusciti a integrare nell'azienda personale chiave, che ora dirige i settori Booking (prenotazioni), Outbound (acquisizione di prodotti) e Product (reparto IT).

Siamo riusciti a chiudere un round di aumento di capitale con sovrapprezzo di 270.000 euro, guidato da Encomenda Smart Capital. Questo finanziamento ci permette di incorporare più personale nel team di vendita e un altro sviluppatore per far progredire il software.

Abbiamo chiuso il 2019 con 1.141 richieste e 197 prenotazioni, generando un fatturato di 665.000 euro (GMV - Gross Merchandise Volume) e ricavi per 66.117 euro, concludendo l'anno con 1.012 appartamenti in magazzino e 9 dipendenti.

2021: 1,8 M€ di fatturato (2,7 volte il 2020) e 221.228 entrate (3,4 volte il 2020, a dimostrazione di un miglioramento del nostro potenziale di monetizzazione delle operazioni).

2022 stiamo raggiungendo quasi 3 volte le cifre di fatturato raggiunte nel primo trimestre del 2018: 995.000 euro di fatturato (2,8 volte il 1Q18) e 103.000 euro di ricavi (2,7 volte il 1Q18).

8. FONTI DI FINANZIAMENTO

Homyspace dispone di un'ampia fonte di finanziamento. Nel novembre 2020 ha raccolto 1,2 milioni di euro in un'operazione guidata, tra gli altri, da Big Sur Ventures. Gli investitori puntano sull'azienda grazie alla sua crescita sostenuta, alla coerenza della sua strategia commerciale e alla natura innovativa della sua piattaforma. Ha finanziamenti dai suoi partner principali, come Allianz.

9. IL MERCATO TARGET

La chiave principale che differenzia Homyspace dalle altre aziende è il tipo di clienti a cui si rivolge. clienti a cui si rivolge, poiché questi sono molto specifici.

Il loro servizio è orientato solo alle aziende. Non è possibile richiedere studenti, turisti o anche persone che vogliono viaggiare da sole proprio conto. Per questo motivo, possiamo specificare il tipo di clienti nella fascia di età di tra i 16 e i 65 anni, cioè tutte le persone che sono nel mercato del lavoro. mercato del lavoro.

Inoltre, l'azienda garantisce ai proprietari di casa la figura del L'azienda garantisce ai proprietari di casa anche la figura dell'"inquilino perfetto", in quanto si tratta di un dipendente che non arreca alcun danno o disturbo ai vicini, come, nel i vicini, visto che, dopo tutto, stanno lavorando.

La tipologia di aziende è molto varia, in quanto lavora con tutti i tipi di settori. che spaziano dall'edilizia all'ingegneria, dal settore bancario a quello alimentare, tra gli altri. No Non c'è eccezione, quindi qualsiasi azienda di qualsiasi settore potrà soddisfare le proprie esigenze con Homyspace. le loro esigenze con Homyspace.

10. LA CONCORRENZA/ANALISI CONCORRENTE

Homyspace è la prima azienda dedicata a questo servizio sul mercato, quindi al momento non possiamo dire che sia in concorrenza con altre aziende che forniscono lo stesso servizio: affitti alle aziende per ospitare i loro lavoratori.

Tuttavia, ci sono altri che possono offrire servizi di hosting che, pur non avendo finalità esclusivamente commerciali, fungono da concorrenti di Homyspace.

Homyspace gestisce tutte le fatture, i contratti, le formalità, ecc. in modo che l'azienda sia responsabile solo del trasferimento dei propri dipendenti, generando un valore aggiunto.

Attualmente, esistono diverse opzioni sul mercato: un hotel, un'agenzia immobiliare o la ricerca di un alloggio su Idealista, Fotocas, AirBnb, Milanuncios, tra gli altri. È proprio qui che Homyspace si differenzia dai suoi consumatori, in quanto sono più economici, con un risparmio del 70% rispetto a un hotel, sono flessibili in quanto si può scegliere il tempo di viaggio che si desidera, e automatici, sulla stessa piattaforma si può soggiornare ovunque, da Zamora o Madrid a Parigi o Boston. Alcuni dei suoi concorrenti sono i seguenti:

- a. Airbnb: questa società, fondata nel novembre 2008, si dedica al servizio di affitto di alloggi a privati. Allo stesso modo di Homyspace, offre ai suoi clienti l'affitto di appartamenti attraverso una piattaforma, sulla quale i proprietari possono pubblicizzare e mostrare i loro servizi e le loro strutture.
- b. Homestay: si tratta di un'azienda che offre ai propri clienti la possibilità di soggiornare presso una famiglia durante il viaggio. Sono presenti in più di 150 Paesi e permettono ai loro clienti di riposare e vivere con una famiglia locale mentre visitano o lavorano in un'altra città.
- c. Idealista: è molto simile ad Airbnb e offre ai suoi clienti un portale immobiliare in diversi Paesi. Tuttavia, questa azienda non è destinata a offrire alloggi per brevi periodi di tempo.



11. I MERCATI DI APPROVVIGIONAMENTO

I fornitori sono i proprietari che affittano le loro proprietà. Per loro, Homyspace è caratterizzato dallo 0% di mancati pagamenti. Sono coperti dalla Legge sulle Locazioni Urbane, quindi tutto avviene in modo legale senza doverci preoccupare della legislazione specifica delle diverse comunità autonome. Inoltre, dato che viene avallata la figura dell'"inquilino perfetto", questi gode di una maggiore sicurezza in quanto non infastidisce i vicini e non genera imperfezioni in quanto il suo soggiorno è caratterizzato dal lavoro.

Esiste anche una perfetta compatibilità con gli affitti turistici. Se un proprietario possiede una licenza turistica, può utilizzarla per completare il soggiorno in bassa stagione; se non ce l'ha, può far fruttare la sua proprietà per un mezzo soggiorno, che è molto più redditizio di un affitto a lungo termine. D'altra parte, per tutti coloro che desiderano vendere il proprio appartamento, ma non hanno ancora trovato l'acquirente perfetto, l'opzione di affittare l'appartamento per un periodo di metà soggiorno consente di ottenere un profitto fino a quando non raggiungono il loro obiettivo.

I proprietari possono pubblicare gratuitamente la loro proprietà senza bisogno di esclusività o permanenza. In questo modo, se viene pubblicato su altre piattaforme, grazie al calendario iCal, la disponibilità può essere sincronizzata.

Abbiamo diversi fornitori di appartamenti per ospitare le aziende:

- a. Gestori locali: abbiamo accordi nelle principali città della Spagna, dove abbiamo più domanda e accesso a più di 9.000 proprietà in queste città, con il vantaggio di poter accedere al calendario aggiornato e sincronizzato. Questo tipo di accordo ci permette di negoziare prezzi più competitivi per i soggiorni intermedi.
- b. Proprietari privati: per poter fornire un servizio a tutte le aziende con cui lavoriamo, oltre alle città principali in cui possiamo concludere accordi, abbiamo bisogno di contatti con proprietari privati in aree in cui gli affitti temporanei non sono così comuni.



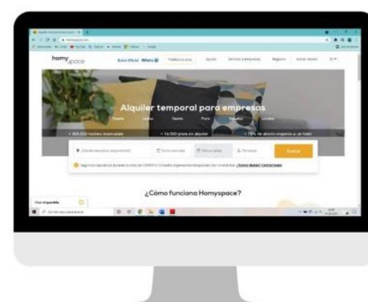
12. IL SISTEMA DI OFFERTA

Dal primo momento in cui si entra nel sito di Homyspace, un assistente digitale inizia a porre domande per trovare la soluzione migliore per l'utente, reindirizzandolo a una persona reale non appena il sito sa cosa sta cercando.

Normalmente, in altri tipi di aziende questo servizio clienti è lento e noioso, e induce il cliente a rinunciare e a cercare una soluzione in un'altra entità concorrente che offre un servizio simile. Con Homyspace, invece, il tempo di attesa è di pochi secondi.

In primo luogo, la nostra azienda si concentra sull'orientamento al prodotto. Dal punto di vista dell'azienda, il prodotto (in questo caso il servizio, l'affitto di case) si vende solo se è di qualità. Homyspace si concentra sull'offerta del miglior servizio ai suoi clienti, con varie strutture per poter smaltire le loro case nel momento in cui ne hanno bisogno.

D'altra parte, anche Homyspace ha un orientamento al mercato attraverso il social marketing e il marketing relazionale. Fin dall'inizio, l'obiettivo è quello di offrire al cliente la massima vicinanza e il



miglior servizio possibile. Homyspace dispone di un "servizio clienti", che cerca di mantenere la soddisfazione dei clienti e di capirli per offrire loro ciò di cui hanno bisogno in futuro, e di un manager personale sempre disponibile per le aziende che decidono di optare per questa opzione di noleggio. In questo modo, si fidelizza il cliente e si mantiene il suo contatto a lungo termine.

Inoltre, in caso di necessità, è possibile accedere alla documentazione di viaggio, alle fatture e ai contratti tramite un portale aziendale.

Sul sito web di Homyspace è presente una sezione di FAQ (domande frequenti), che può facilitare la scelta di questa azienda rispetto ad altre con sezioni come: generale, prenotazioni, contratti...

La chiave principale che differenzia Homyspace dalle altre aziende è il tipo di clienti a cui si rivolge, che sono molto specifici.

Il suo servizio è rivolto esclusivamente alle aziende. Gli studenti, i turisti e anche le persone che desiderano viaggiare da sole non possono richiedere l'alloggio. Per questo motivo, possiamo specificare che la tipologia di clienti ha un'età compresa tra i 16 e i 65 anni, ovvero tutte le persone che sono nel mercato del lavoro.

L'azienda garantisce ai proprietari di casa anche la figura dell'"inquilino perfetto", in quanto si tratta di un dipendente che non provoca danni o disturba i vicini, perché, in poche parole, sta lavorando.

La tipologia di aziende è molto varia, in quanto lavora con tutti i tipi di settori, dall'edilizia all'ingegneria, dal settore bancario a quello alimentare, tra gli altri. Non c'è eccezione, quindi qualsiasi azienda di qualsiasi settore potrà soddisfare le proprie esigenze con Homyspace.

13. IL PIANO DI MARKETING

Per quanto riguarda il marketing, vale la pena soffermarsi sulla doppia leva di crescita di Homyspace:

Da un lato, l'acquisizione di nuovi clienti richiede investimenti in canali di acquisizione online come Google AdWords. Questa voce dovrebbe crescere in modo significativo quando i processi di acquisizione dei clienti e di prenotazione saranno sostanzialmente avanzati e l'unica cosa da fare è accelerare gli investimenti nell'acquisizione dei clienti.

D'altra parte, l'azienda ha un alto tasso di ricorrenza (circa il 55-65% delle prenotazioni chiuse proviene da clienti ricorrenti). Questa leva di crescita richiede maggiori azioni con risorse interne (automazione della comunicazione, miglioramento delle piattaforme per clienti e proprietari e azioni di upselling del team) senza costi di marketing. Pertanto, gli investimenti nel marketing sono essenziali per conquistare nuovi clienti e per garantire che questi si ripetano ai livelli osservati in questi quasi 3 anni di attività dell'azienda. Inoltre, il marketing internazionale avrà un peso relativo nel 2023 del 45,7%, per diventare più rappresentativo nel 2023, con un peso del 55,4%, tendenza che continuerà nel 2024.

14. LA STRUTTURA TECNICO-INDUSTRIALE E R&S.

Struttura tecnico-industriale:

Si tratta di un lavoro di routine e prevedibile, in quanto i dipendenti di Homyspace sono consapevoli che il cliente è alla ricerca di un immobile economico e di qualità.

Il processo di lavoro è quindi standardizzato (struttura burocratica).

Il processo di affitto di un immobile:

- 1) Ascoltano gratuitamente e senza impegno le esigenze del cliente.
- 2) Cercano gli immobili che soddisfano le esigenze del cliente.
- 3) Vi mostrano le proposte rivedendo le condizioni con il cliente.
- 4) Può essere prenotato da casa con relativa fattura.
- 5) Se avete domande dopo la prenotazione, potete chiamare l'azienda.

Homyspace ha una struttura semplice con sistemi tecnici non regolamentati (le operazioni principali non sono standardizzate) e non sofisticati (non sviluppa uno staff di supporto).

R&S

A livello interno, lo sviluppo del prodotto nel 2022 si concentra sul miglioramento dell'efficienza dell'intelligenza di Homybrain (con un impatto diretto sulle vendite), aggiungendo al contempo la possibilità per i nostri clienti di integrare i pagamenti e la gestione delle fatture con i loro sistemi ERP tramite un'API pubblica di Homybrain (snellendo così i processi post-vendita).

Con questi progressi tecnologici, saremo in grado di soddisfare una maggiore domanda da parte di clienti di dimensioni importanti, che ci guideranno anche verso i prossimi passi: lo sviluppo di un'applicazione mobile da cui gestire la prenotazione, il check-in e i futuri servizi che ci permetteranno di fare cross-selling: lavanderia, prenotazione di auto con autista, noleggio auto, biglietti aerei e pulizie.

15. LOGISTICA E COMMERCIALE

Per spiegare il processo di acquisto della nostra azienda nel progetto, assumiamo un'ipotesi in cui il "cliente" da menzionare è un'impresa di costruzioni che desidera trasferire i propri lavoratori a Oporto.

- a. **PRE-ACQUISTO:** in questa fase del progetto l'impresa di costruzioni, il nostro cliente, non è ancora alla ricerca di soluzioni per un'esigenza particolare (può darsi che non gli sia stato ancora proposto alcun progetto di costruzione in un'altra città). In seguito, all'impresa di costruzioni viene proposto un progetto a Porto e inizia a rendersi conto delle possibilità che ha. Poi, come conseguenza di questa nuova esigenza (trovare una sistemazione per i propri dipendenti), inizia la ricerca di informazioni.

Homyspace ha un sito web, un blog ed è presente sui social media come Facebook, LinkedIn, Instagram e Twitter per rendere più accessibile il processo di pre-acquisto.

- b. **ACQUISTO:** dopo aver valutato tutte le possibilità (hotel, ostelli, appartamenti...), l'impresa di costruzioni decide di scegliere Homyspace, poiché questa società di affitto di immobili offre diverse opportunità, come un risparmio del 70% rispetto a un hotel, maggiore praticità, più privacy, ecc. L'impresa edile ha un budget che comunica a Homyspace e Homyspace offre una serie di possibilità immobiliari che possono soddisfare le sue esigenze. In questo modo, e dopo diverse trattative, firmano il contratto. Nel 90% dei casi, la persona che chiede l'alloggio non è la stessa che verrà ospitata, ma quella che lo fa per il suo team, ad esempio il responsabile delle



risorse umane. Inoltre, non è la stessa persona che firma il contratto, che potrebbe essere l'ufficio legale, né quella che paga, che potrebbe essere l'ufficio contabile, tra gli altri.

- c. POST-ACQUISTO: Homyspace dispone di un "servizio clienti" che cerca di mantenere la soddisfazione del cliente e di capirlo per offrirgli ciò di cui ha bisogno in futuro. Inoltre, un manager personale è sempre disponibile per le aziende che decidono di optare per questa opzione di noleggio. È inoltre possibile accedere alla documentazione di viaggio, alle fatture e ai contratti tramite un portale aziendale, quando necessario. Sul sito web di Homyspace è presente una sezione FAQ (domande frequenti), che può fornire risposte a diverse domande che i clienti possono avere in qualsiasi momento. Presenta sezioni come: generale, riserve, contratti...

16. ASPETTI ORGANIZZATIVI

La parte principale della struttura di Homyspace è il vertice strategico. Il potere è concentrato nell'apice strategico e non nel nucleo operativo. Pertanto, non ci sono problemi di coordinamento. Si instaura una centralizzazione verticale e orizzontale in cui non c'è delega del potere decisionale. Tuttavia, possono verificarsi una serie di problemi, in quanto vi è una forte dipendenza dai direttori generali e quindi può verificarsi un disallineamento tra la risoluzione dei problemi strategici e operativi, ovvero una perdita di prospettiva dei dirigenti a causa della loro mancanza di specializzazione. Nelle strutture semplici di solito non ci sono elementi laterali e non c'è una linea mediana. Ci sono meno dipendenti e meno livelli gerarchici, meno suddivisione del lavoro e contatti più facili tra i membri dell'azienda tra di loro e con l'amministratore delegato, a vantaggio dell'azienda, in quanto i dipendenti sono più consapevoli della situazione aziendale.

17. RETE

- a. Allianz è partner ufficiale di Homyspace. Grazie all'accordo, le aziende e i dipendenti possono essere protetti da qualsiasi evento imprevisto mentre si trovano lontano dalla loro residenza abituale. Questa assicurazione comprende, tra le altre opzioni, l'assistenza in caso di emergenza domestica, la riparazione degli elettrodomestici, la protezione contro il furto, la responsabilità civile nei confronti del locatore o di terzi. Potete sottoscriverla per soli 40 euro al mese al momento della prenotazione, senza dover compilare alcun altro modulo, ottenendo così una maggiore tranquillità e sicurezza.
- 
- b. Big Sur Ventures è una società di venture capital che investe in aziende innovative in fase iniziale come Homyspace. Si concentra su quelle focalizzate sulla tecnologia dell'informazione, impegnandosi e fornendo consulenza operativa, capitale, rete e relazioni, oltre a determinati criteri per massimizzare il potenziale di successo.
- 

Grazie alla loro vasta esperienza e conoscenza del settore, apportano un buon approccio per garantire che il team di gestione costruisca una grande azienda con

vantaggi competitivi sostenibili. L'anno scorso Homyspace ha raccolto un round di finanziamento da 1,2 milioni di euro guidato da Big Sur.

- c. Encomenda Smart Capital è un'altra società che sostiene Homyspace. Si tratta di un fondo che investe nelle startup con risorse e denaro per aiutare gratuitamente gli imprenditori. Li consigliano nel processo decisionale strategico, nella pianificazione finanziaria, nelle opportunità di business, li preparano per i loro cicli di finanziamento, oltre ad altre forme di assistenza.
- d. Athos Capital è un fondo di venture capital che investe in aziende con componenti tecnologiche e ambizioni globali, in fase di avvio e di crescita. Dal 2019 hanno sostenuto Homyspace con un investimento successivo. Si concentrano su quei progetti che, come nel caso della nostra azienda, hanno un servizio sviluppato in funzione e con una strategia di monetizzazione già descritta.



18. ASPETTI LEGALI

Quando si affitta al mese, non è necessaria la licenza turistica, che è limitata nelle città più saturate. Gli appartamenti per vacanze senza licenza hanno l'opportunità di entrare nel mercato dei soggiorni intermedi nell'ambito della L.A.U. (per uso diverso da quello di residenza permanente).

È necessario tenere conto delle diverse legislazioni che regolano la locazione a medio termine per non avere problemi di gestione dei costi temporanei.

Essendo nell'Unione Europea, ci sono molte agevolazioni:

- a. Notevole riduzione dei costi di trasporto.
- b. Meno burocrazia per portare a termine qualsiasi tipo di procedura.
- c. Completa libertà di movimento dei lavoratori, che consente una migliore espansione internazionale.

Inoltre, attualmente esiste un movimento anti-turismo nella sfera politica, con l'obiettivo di promuovere l'idea del contatto con altri tipi di clienti, come, in questo caso, coloro che cercano un affitto per motivi di lavoro.

19. PREVISIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE

In relazione al personale, gli investimenti in questo progetto si concentreranno sui seguenti aspetti:

- a. Reclutamento del team internazionale in ogni paese target (Francia e Portogallo nel 2022/2023, Regno Unito e Italia nel 2023/2024), concentrandosi sui seguenti profili per paese: 1 country manager, 2 SDR (rappresentanti per lo sviluppo delle vendite), 2 responsabili delle vendite, 2 per le ricerche di mercato e 2 per il marketing.
- b. Stabilire una politica retributiva per trattenere i talenti, tenendo conto degli sforzi salariali che l'intero team ha dovuto compiere dal momento della costituzione fino al momento attuale in cui l'azienda deve essere scalata.
- c. Assumere alcuni profili necessari per accompagnare la crescita dell'azienda: team operativo, internalizzare la funzione finanziaria, Controller, internalizzare la contabilità e fornire maggiori risorse ai dipartimenti HR e legale dell'azienda.

In termini di marketing, vale la pena di soffermarsi sulla doppia leva di crescita di Homospace:

- d. Da un lato, l'acquisizione di nuovi clienti richiede investimenti in canali di acquisizione online come Google AdWords. Questa voce dovrebbe crescere in modo significativo quando i processi di acquisizione dei clienti e di prenotazione saranno sostanzialmente avanzati e l'unica cosa da fare è accelerare gli investimenti nell'acquisizione dei clienti.
- e. D'altra parte, l'azienda ha un alto tasso di ricorrenza (circa il 55-65% delle prenotazioni chiuse proviene da clienti ricorrenti). Questa leva di crescita richiede maggiori azioni con risorse interne (automazione della comunicazione, miglioramento delle piattaforme per clienti e proprietari e azioni di upselling del team) senza costi di marketing.

Pertanto, l'investimento nel marketing è fondamentale nel piano aziendale per ottenere nuovi clienti e per far sì che questi possano tornare ai livelli osservati in questi quasi 3 anni di attività dell'azienda. Inoltre, il marketing internazionale avrà un peso relativo nel 2023 del 45,7%, per essere più rappresentativo nel 2024, con un peso del 55,4%, tendenza che continuerà nel 2025. D'altra parte, l'azienda dovrà anche affrontare una struttura di costi fissi che crescerà leggermente per accompagnare la crescita dell'attività. Questi costi comprendono gli affitti, gli avvocati, i consulenti esterni, le licenze software cloud per le operazioni, i viaggi, la voce IP, ecc. Infine, sarà necessario investire nell'arredamento dei nuovi uffici in cui l'azienda deve trasferirsi per ospitare un team in crescita, nonché nelle attrezzature informatiche per equipaggiare i dipendenti.

Dettaglio investimento	2022	2023	2024	TOTALE
Personale	1.114.081 €	1.855.956 €	2.800.791 €	5.770.828 €
Marketing nazionale	225.734 €	331.269 €	632.286 €	1.189.288 €

Internazionalizzazione del marketing	30.350 €	279.000 €	784.500 €	1.093.850 €
Spese generali	137.060 €	200.507 €	234.834 €	572.402 €
Mobili e attrezzature informatiche	54.585 €	38.720 €	32.670 €	125.975 €
TOTALE	1.561.810 €	2.705.452 €	4.485.081 €	8.752.343 €

Fonti di finanziamento previste	Aumento del debito finanziario	Aumento di capitale e sovrapprezzo azioni	Flusso di cassa generato dalla Società	Prestito ENISA	TOTALE
	290.000 €	360.000 €	7.802.343 €	300.000 €	8.752.343 €

20. VISIONE

La visione del progetto è incentrata sulla trasformazione di Homyspace in un'azienda leader nel mercato del mid-stay, non solo a livello nazionale, ma già aperta a possibilità internazionali. Inoltre, nonostante la difficile situazione che stiamo vivendo, Homyspace, pur nelle sue difficoltà, ha tratto vantaggio dalle opportunità di risolvere i suoi problemi, puntando su una maggiore agilità ed efficienza, riducendo i costi operativi.

Inoltre, si concentra sull'automazione dell'intera piattaforma e sul passaggio alla prenotazione istantanea, in modo che il senso di automazione sia molto più rapido.

21. RAPPORTI CON IL DESTINATARIO DEL BUSINESS PLAN

Il rapporto che abbiamo con il destinatario del business plan è dovuto al desiderio dell'azienda di avere un investimento per richiedere un finanziamento e, quindi, di proseguire con lo sviluppo che permette all'azienda di continuare ad adattarsi alle esigenze dei clienti e dei proprietari di casa. Inoltre, investire nel marketing per posizionare il marchio in Spagna e in Europa e promuovere l'internalizzazione in diversi Paesi europei.

