

MARINEROS



30 gennaio 2023

Ahlan Bourakhouadar
Clara Isabel Cano García
Iria Labayén Muñoz
Víctor Peiró Viguera

Business plan

VISUUA VISUAL



ÍNDICE

1. INTRODUZIONE	03
2. STORIA E OBIETTIVO	04
3. DESCRIZIONE DELL'AZIENDA	05
4. ANALISI DI MERCATO	06
A. ANALISI PESTEL	07
B. LE 5 FORZE DI PORTER	08
C. ANALISI COMPETITIVO	09
D. CONCLUSIONE DELL'ANALISI DI MERCATO	10
5. SERVIZI	11
6. MODELLO DI REDDITO	13
7. MODELLO OPERATIVO	14
A. STRUTTURA ORGANIZZATIVA	14
B. CANALI DI DISTRIBUZIONE	15
8. CLIENTI / STAKEHOLDER	16
A. STRATEGIA DI ACQUISIZIONE CLIENTI	17
9. FINANZAMENTO	18
10. FINANZE	19
A. ENTRATE E USCITE DEL PRIMO ANNO	19
B. UTILE O PERDITA PREVISTI	20
I. ROS	20
II. ROE	20
III. ROI	20

01. INTRODUZIONE

Siamo un gruppo di studenti Erasmus e abbiamo contattato il direttore della impresa Visuua Visual, Santiago Vidal, per realizzare questo lavoro.

VISUUA è un'azienda che si dedica alla creazione di produzioni audiovisive per aumentare le vendite delle aziende che vi si rivolgono. Offrono strategie per la creazione di fotografie commerciali ed editoriali, produzione video, realtà virtuale e droni di alta qualità.

VISUUA
TOGRAFÍA Y COMUNICACIÓN VISU

Il suo punto di forza è quindi la "produzione audiovisiva", la combinazione di esigenze industriali, di intrattenimento, commerciali, culturali o artistiche. Si tratta dell'industria cinematografica, televisiva o della produzione audiovisiva stessa. Tuttavia, VISUUA si concentra maggiormente sulle imprese che hanno bisogno di migliorare l'immagine aziendale attraverso questo lavoro.

02. STORIA E OBIETTIVO



Santiago Vidal è un fotografo con una lunga storia nel mondo della fotografia e, come si legge sul suo sito LinkedIn, si definisce "un comunicatore visivo che crea storytelling per marchi e aziende attraverso una solida produzione fotografica e video". Possiamo quindi dire che il suo marchio personale in quanto tale è molto conosciuto e che nel corso della sua vita ha potuto partecipare a molti progetti variegati in diversi Paesi.

Ha creato la società VISUUA Visual, che si avvale dei servizi di produttori professionisti di marketing visivo. Questo perché, per il momento, l'unico socio esistente è lui stesso, anche se l'obiettivo è quello di trasformarlo in una società a responsabilità limitata nel tempo. Attualmente collabora con fornitori come quelli di video o fotoritocco, con i quali lavora online e che vengono contrattati a seconda del lavoro da svolgere.

Obiettivo

VISUUA vuole crescere e cercare nuovi clienti, generare prodotti visivi a livello internazionale e, in particolare, crescere come azienda nel paese vicino, l'Italia. L'obiettivo è quello di essere riconosciuto come fornitore di servizi audiovisivi di qualità nel settore alberghiero e nei progetti commerciali, caratterizzati da un buon servizio.

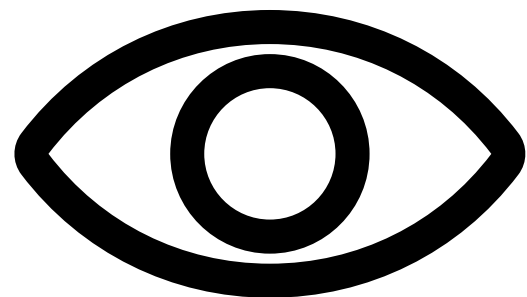
03. DESCRIZIONE DELL'AZIENDA

VISIONE

La visione di VISUUA potrebbe essere definita come:

"Strumenti audiovisivi di alta qualità alla portata della vostra azienda"

Viviamo in un mondo digitalizzato, dove le aziende devono avvalersi di strumenti audiovisivi per avvicinarsi al nuovo consumatore che troviamo oggi. La gestione degli audiovisivi è una strategia di crescita per la vostra azienda, e l'aiuto di professionisti è necessario per ottenere questa qualità differenziante.



MISSIONE

La missione principale dell'azienda VISUUA è:

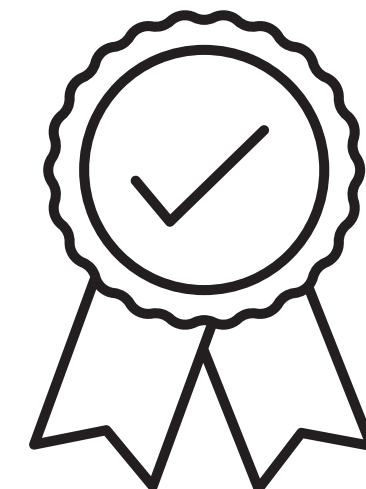
Realizzare una produzione audiovisiva di qualità per aumentare le vendite dell'azienda che acquisisce come cliente.

Inoltre, effettuano una buona gestione dei social media e dei mezzi di comunicazione perseguendo ancora una volta l'obiettivo principale dei propri clienti.



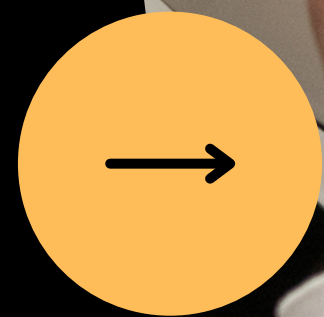
VALORI

- Qualità ✓
- Responsabilità ✓
- Eleganza ✓
- Personalità distintiva ✓
- Efficiencia ✓



04

ANALISI DI MERCATO



4.1 PESTEL

- Il PIL italiano aumenta dello 0,5%.
- Il PIL del terzo trimestre del 2022 è stato di 473,234 miliardi di euro
- L'Italia si colloca al 9° posto nella classifica del PIL trimestrale di 53 Paesi.

- Importanza della tecnologia in il contesto digitale attuale
- Il governo italiano ha stanziato 1M di euro in fondi per la R&S&I. L'iniziativa fa parte del Piano nazionale per la ripresa e la resilienza (PNRR)

- Legge audiovisuale: Decreto Legge del 18 gennaio 2016, approvato dalla Camera dei Deputati e promulgato come Legge n. 220 del 14 novembre 2016.
- Le principali fonti di legge sulla tutela dei diritti sono l'art. 10 CC e gli artt. 96 e 97 della legge del 22 aprile 1941, n. 633,.

ECONOMICO

TECNOLOGICO

LEGALE

POLITICO

SOCIO- DEMOGRAFICHE

ENVIRONEMENT

- Esiste una stabilità politica
- L'Italia prepara un pacchetto di aiuti finanziari fino a 13 miliardi di euro per all'impres
- Ha un fondo per lo sviluppo degli investimenti nel settore audiovisivo

- La società attuale è considerata digitale grazie al sviluppo della tecnologie.
- La digitalizzazione è aumentata in modo esponenziale
- Ho una vita più digitale e di conseguenza, siamo più visivi e più abituati alla produzione audiovisiva

- Consapevolezza della responsabilità ambientale: la - consapevolezza ambientale positiva sta crescendo.
- Rifiuti: il trattamento degli scarti di produzione richiede tempo e costi elevati per l'azienda.
- Importanza della

4.2 5 FORCE DI PORTER

Le barriere all'ingresso sono basse, in quanto chiunque può entrare facilmente nel mercato.

1

Minaccia di ingresso di nuovi concorrenti.

Come vedremo di seguito, questa azienda ha una serie di concorrenti, ma il campo in cui opera è davvero diverso. Ad esempio, il cliente principale di questa azienda è il settore alberghiero, mentre il cliente principale di altre aziende della zona è il settore cinematografico

2

Rivalità tra i concorrenti esistenti

La minaccia di prodotti e servizi sostitutivi è elevata perché ci sono molti concorrenti che possono fornire servizi simili. Questi rappresentano una minaccia elevata perché spesso fissano un limite al prezzo che può essere addebitato per il servizio.

3

Minaccia di prodotti e servizi sostitutivi

Riteniamo che il potere di contrattazione sia basso in quanto lavora con un numero infinito di fornitori a seconda del lavoro da svolgere, il che evita tale rischio.

4

Potere contrattuale del fornitore

Poiché siamo in un mercato molto aperto, i clienti possono diventare alleati. Per evitare queste situazioni, si possono adottare diverse misure, come la creazione di una proposta di valore che differenzi l'azienda dai suoi concorrenti, l'aumento della qualità dei servizi offerti e l'incremento della spesa in campagne di marketing per rendere visibile questa differenziazione.

5

Potere di contrattazione del cliente

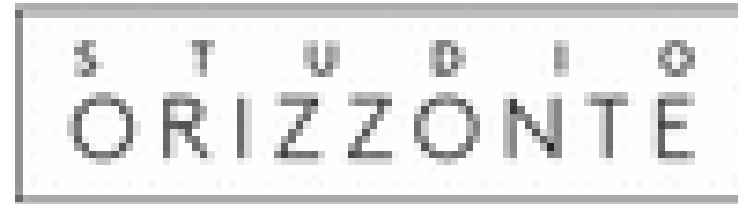
4.3 ANALISIS COMPETITIVO



CINEFARM

È una società di media audiovisivi fondata nel 2021, con sede a Roma e quartier generale a Riga, in Lettonia. Si occupa di produzione, post-produzione e design di contenuti audiovisivi. Offre servizi di editing elettronico, produzione e distribuzione, creazione di dvd.

Nella post-produzione, forniscono un'ampia gamma di servizi di post-produzione di immagini e suoni, tra cui montaggio, color grading, missaggio del suono e mastering.



STUDIO ORIZZONTE SAS

È uno studio di Roma fondato nel 1989. La sua attività è concepita per soddisfare tutte le esigenze della produzione quali produzioni di spot, riprese cinematografiche e televisive, eventi, promozioni, mostre, editoria.

Inoltre, questa impresa ha collaborato con partner esterne che li permette di organizzare produzioni specifiche.



AYLA. MEDIA

È un fornitore di servizi che sviluppa la sua attività nel settore della pubblicità audio e video: produzioni e realizzazioni. È inoltre attivo nei settori della produzione e post-produzione video e audio e della fotografia professionale. Ha sede a Roma, in Italia.

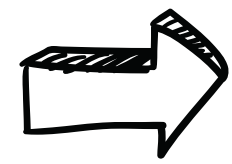
Offre anche consulenza sui social media come Visuaa.

4.4 Conclusione dell' analisi di mercato

Il settore audiovisivo si è evoluto molto rapidamente grazie alle rivoluzioni tecnologiche degli ultimi anni, che hanno modificato le modalità di produzione, distribuzione e consumo dei prodotti audiovisivi. Ciò richiede un aggiornamento costante e un livello di apprendimento molto elevato da parte delle persone che lavorano in questo settore. È inoltre necessario adattarsi continuamente perché, ad esempio, la pandemia causata dalla COVID-19 ha avuto un grande impatto sui settori e ha cambiato alcune cose, come il modo di lavorare. Secondo i dati forniti dalla Spain Film Commission, nell'anno della pandemia sono state sospese circa 300 riprese, il 52% delle quali di produzioni spagnole e il resto internazionali. Oggi questa attività è ripresa, il settore si è adattato e la società ha aumentato l'uso di alcune piattaforme audiovisive.

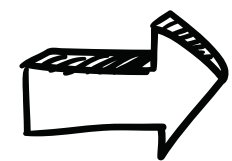
Possiamo quindi concludere che questo settore si sta evolvendo molto rapidamente e che è anche molto necessario per la cultura, l'arte... e per migliorare l'immagine delle aziende perché, come dice VISUUA: "Aggiungendo immagini professionali ai vostri contenuti, otterrete fino al 95% in più di attenzione al vostro prodotto da parte dei vostri visitatori".

05. SERVIZI



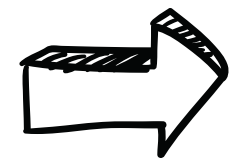
FOTOGRAFIA COMMERCIALE ED EDITORIALE

Uno dei principali prodotti offerti da VISUUA è la fotografia di eventi, la fotografia alberghiera, il reportage aziendale e la fotografia editoriale. Tuttavia, questa riflessione è piuttosto generalizzata, ed è per questo che VISUUA offre pacchetti fotografici specifici per ogni cliente.



TOUR VIRTUALE PER GOOGLE 360°

Lo strumento sconosciuto ma perfetto per aumentare le visite da Google e Street View.



PRODUZIONE VIDEO

Offrono una produzione audiovisiva professionale, in cui si occupano della creazione di contenuti audiovisivi, il cui argomento varia a seconda del richiedente, e una grande quantità di contenuti audiovisivi sugli eventi è visibile sul loro sito web.

GESTIONE DELLA RETE

Il contesto attuale richiede una connessione continua ai social network nel campo della comunicazione. A priori può sembrare semplice realizzare la gestione dei social network, tuttavia una buona gestione che implica qualità richiede un certo grado di conoscenza e professionalità.

RIPRESE CON IL DRONE

Lo strumento sconosciuto ma perfetto per aumentare le visite da Google e Street View. Tra le diverse tecniche audiovisive offerte dai nostri marchi analizzati, abbiamo scoperto che offrono anche l'uso di droni di grande qualità da aree molto diverse. Questo tipo di tecnica conferisce qualità al marchio, in quanto offre viste abbaglianti che differenziano il prodotto del cliente dal resto del settore.

CONSULENZA VISUUA

Non si tratta di un prodotto a sé stante, ma in assoluto tutti i prodotti che abbiamo evidenziato sopra saranno accompagnati dalla consulenza di VISUUA, fornendo ai suoi clienti un parere professionale sul loro lavoro.

Il servizio clienti è molto positivo, hanno un team di fotografi professionisti che copre tutta la Spagna. Inoltre, le consegne sono sempre puntuali e, nonostante i volumi di produzione siano elevati, il flusso di lavoro è sempre eccellente.

06. MODELLO DI REDDITO

Modello di ricavi di vendita. Il modello di fatturato prevede che si guadagni vendendo beni e servizi ai consumatori, online e di persona.

PREZZI

Il budget per le produzioni fotografiche in Spagna varia molto a seconda dell'azienda con cui si intende lavorare e del progetto che si intende realizzare. Il prezzo fisso medio è di 201 euro e il costo varia da 30 a 3.000 euro, mentre il prezzo orario medio è di 67 euro e il costo varia da 25 a 100 euro.

Tuttavia, ci ha fornito dei prezzi approssimativi

- Servizio orario: 150 euro
- Servizio di due ore: 250 euro
- Mezza giornata: 375 euro
- Servizio giornaliero per una catena alberghiera: 800 euro
- Utilizzo di attrezzature professionali: 400-500 euro

07. MODELLO OPERATIVO

STRUTTURA ORGANIZZATIVA

La struttura organizzativa a progetto. Al momento, l'unico socio esistente è lui stesso, anche se l'obiettivo è quello di diventare una società in accomandita nel tempo.

Collabora con fornitori, come ad esempio fornitori di video o di fotoritocco, con i quali lavora online e che vengono contrattati a seconda del lavoro da svolgere. Queste persone formano un team piccolo, ma adeguato ai progetti.

Quando si tratta di lavoro, assume i freelance di cui ha bisogno per ogni progetto.

Inoltre, i social network sono gestiti da un team specializzato in social media.

CANALI DI DISTRIBUZIONE

1

Applicando questa riflessione al servizio VISUUA, possiamo confermare che si tratta di una distribuzione online. Questa distribuzione si avvale di piattaforme come API CMS (Application Programming Interface) per fornire il prodotto audiovisivo ai propri clienti. Per essere più precisi nella distribuzione di questo servizio, possiamo confermare un altro canale di distribuzione, il domicilio del responsabile dell'azienda, Santiago Vidal. Ciò è dovuto al fatto che egli telelavora da casa sua. Per questo motivo, lo utilizza per inviare i progetti al cliente.

2

Infine, potremmo parlare del loro sito web. Spesso nella distribuzione di un prodotto o di un servizio, il sito web stesso dell'azienda viene proposto come canale, in quanto il prodotto viene distribuito attraverso di esso. Nel caso di VISUUA non è esattamente così, quindi non classificheremo il suo sito web come distribuzione del servizio. Tuttavia, possiamo classificarlo come il punto di contatto tra il cliente e l'azienda per il successivo acquisto del prodotto in questione.

08. CLIENTI / STAKEHOLDER

All'interno del pubblico esterno troviamo una differenziazione tra le aziende dedicate a questi settori del turismo, come "segmenti di mercato di VISUUA" e il cliente tipico di ciascuno di questi sottosettori, come "clienti potenziali" che consumano il prodotto finale di VISUUA.

I segmenti di riferimento di VISUUA sono, tra gli altri, l'industria alberghiera, le istituzioni pubbliche (turismo), i festival e gli eventi, il MICE (meeting, incentivi, convention e mostre).



All'interno dell'industria alberghiera, esistono 4 diversi ambienti turistici: costiero, montano, rurale e urbano. Tra i suoi clienti spiccano Royal La Romana di Catalonia Hotels, Blueline Villajoyosa, Hoteles Melià.

Per quanto riguarda il settore turistico, l'obiettivo è quello di rivendicare un interesse locale per le località registrate con una certa qualità audiovisiva. I festival e gli eventi di natura pubblica hanno lo stesso obiettivo.

D'altra parte, i festival e gli eventi di natura privata cercano di ottenere immagini di qualità che mostrino gli eventi in modo fedele e attraente.

8.1 STRATEGIA DI ACQUISIZIONE CLIENTI

La comunicazione del marchio è fondamentale, perché è l'informazione che l'azienda riceve dal suo pubblico, sia interno che esterno, ed è il modo in cui si presenta sul mercato, altrimenti passa inosservata.

Si è adattata molto bene all'ambiente digitale, proiettando il proprio marchio sia sul sito web che sui social network. E la strategia per attirare nuovi clienti si basa su un piano di social media sviluppato.

Questo strumento aiuta l'azienda a dare visibilità online al marchio e a informare correttamente i consumatori sui servizi offerti. Inoltre, attraverso di esso, i clienti possono contattare direttamente l'azienda per risolvere qualsiasi tipo di dubbio

I social network, dove il marchio può confrontarsi con il pubblico e migliorare i servizi sulla base dei loro suggerimenti. Le reti utilizzate sono:



Instagram, dove carica i contenuti dei suoi progetti per attirare i follower e lancia anche sondaggi per farli partecipare ai contenuti che vogliono vedere

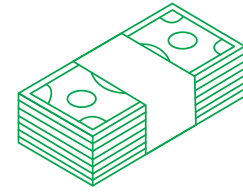


Facebook: anche lui carica contenuti ed è molto importante, come ci ha confermato Santiago, perché il suo target è su questa app



LinkedIn aggiorna il profilo con tutti i progetti. Questa app è anche molto utilizzata dal pubblico di riferimento quando vuole assumere un progetto audiovisivo per promuovere la propria azienda

09. FINANZAMENTO



Come abbiamo potuto osservare nel corso del lavoro, sebbene l'azienda non sia molto vecchia, ma la carriera di Santiago nel settore audiovisivo è molto lunga e di successo.

Grazie a ciò, ha potuto risparmiare molto denaro per i progetti futuri e quindi non avrebbe avuto bisogno di alcun sostegno finanziario esterno e avrebbe dovuto finanziare da solo l'intero progetto.



10. Finanze

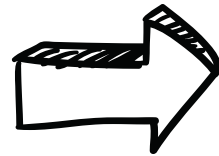
Infine, è necessario completare il business plan con i dati finanziari. Conterrà anche tutti i grafici e i numeri calcolati che indicano agli investitori le vostre probabilità di successo. Questo include tutto, dalle stime di vendita ai budget. Sebbene si tratti di stime (almeno per la maggior parte), l'obiettivo è cercare di renderle il più possibile realistiche.

IMPIEGHI		FONTI	
Attivo circolante	30180	Passivo circolante	10000
Cassa di gestione operativa	17000	Debiti verso fornitori	10000
Crediti verso clienti	13180		
Immobilizzazioni operative nette	36295	Mezzi propri	56475
Immobilizzazioni trasporto	35000	Capitale sociale	40000
- Fondo ammortamento	5600	Riserve	3295
Immobilizzazioni lavoro	7000	Reddito netto	13180
- Fondo ammortamento	105		
Totale impieghi	66475	Totale fonti	66475

Ricavi di vendita	55000
- Costi variabili commerciale	5084
Margine di contribuzione	49916
- Manodopera diretta	0
MDC - C. MDO diretta	49916
- Costi fissi di struttura commerciale	4000
- Costi fissi di struttura amministrativi	10000
- Manodopera indiretta	6000
- Spese generali	1500
- Costi di sviluppo	5000
EBITDA	23416
- Ammortamenti	5600
EBIT	17816
Proventi gestione finanziaria	0
Reddito operativo	17816
- Oneri gestione finanziaria	2000
Reddito ante imposte	15816
- Imposte (20%)	2636
Reddito netto	13180

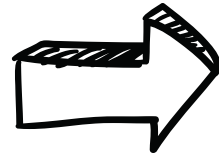
10 .Finanze

ROS



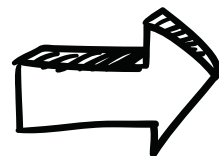
$$\frac{13180}{55000} \times 100 = 23,96\%$$

ROI



$$\frac{55000 - 66475}{66475} \times 100 = -17,26\%$$

ROE



$$\frac{13180}{56475} \times 100 = 23,34\%$$

Grazie

GRUPPO DI LAVORO: MARINEROS

GENNAIO 2023