***Blast!, business plan***

CdL magistrale in “Comunicazione per la gestione delle organizzazioni”-LM59

Esame – “Management e business planning” (12 cfu)

Prof. Manuel De Nicola

Autore: *Leonardo Di Egidio* (113126)

**Consegna**

Inventare un’azienda e descriverne il business plan, dividendolo in sezioni sulla base degli argomenti trattati nel corso.

**Abstract/Executive summary**

Questo documento rappresenta il business plan per la costituzione e l’avvio di un’azienda orientata al B2B ad alto contenuto tecnologico chiamata “Blast!: save your business”. L’impresa fondamentalmente si occupa di immagazzinare, custodire e processare i dati delle aziende-clienti, fornendo un’interfaccia intuitiva e facile da usare per tenere sotto controllo tutti i flussi informativi intra-sistema: dai dati prettamente finanziari alle risorse umane. Il sistema integra un DMS che implementa le più avanzate tecnologie di intelligenza artificiale basata su rete neurale addestrata per riconoscere, organizzare e processare i dati inseriti in input e adattare l’interfaccia al tipo di azienda e all’utilizzo da parte di manager non-esperti.

**Logo** **azienda (brand), versione senza slogan, versione con lo slogan e icona dell’app mobile:**



**La visione** **aziendale**

“Tutta l’azienda in un unico posto”

**Slogan**

*Save your business!*

**Portale web:** [www.blastbusiness.com](http://www.blastbusiness.com)

**Obiettivo (mission)**

Facilitare alle aziende-clienti lo stoccaggio, la custodia e il trattamento dei dati inerenti ad ogni ambito del business nel pieno rispetto del GDPR 2016/679 e della legge sulla privacy, implementando le migliori tecnologie di ultima generazione come, ad esempio, un avanzato DMS che integra un’IA basata su rete neurale adattativa. L’offerta è principalmente rivolta ad imprese che necessitano di gestire fluentemente grandi moli di dati digitali e complessi sistemi organizzativi interattivi per quanto riguarda, per esempio, la gestione delle risorse umane negli organigrammi, la costruzione delle WBS per i progetti e la compilazione delle RAM (matrici di assegnazione responsabilità). Sicuramente una grande azienda, che lavora molto per progetti, troverà nel nostro business una preziosa opportunità.

**I nostri valori**

* Sicurezza
* Usabilità
* Velocità
* Scalabilità
* Adattabilità

Questi princìpi guidano l’operato del management e di tutte le risorse umane che contribuiscono a rendere Blast! un punto d’appoggio critico per i business di grandi dimensioni.

**Sistema d’offerta**

Il business, interamente digitale, è basato sul *cloud computing*, vale a dire che l’azienda-cliente può accedere all’interfaccia tramite l’apposito portale web: [www.blastbusiness.com](http://www.blastbusiness.com) o l’app per smartphone e tutti i *processi fisici* di caricamento, codifica e trattamento dei dati avvengono su sistemi hardware delocalizzati (che vengono affittati in paesi con climi freddi). Tramite l’interfaccia grafica UI si configura il 100% delle interazioni e delle transazioni tra Blast! e l’azienda-cliente, ciò non toglie però che i dati salvati dall’azienda resteranno a disposizione di quest’ultimo e verranno trattati in osservanza delle norme nazionali sulla privacy e il GDPR con la massima discrezionalità.

Blast! offre:

* un ambiente digitale intuitivo e user friendly
* spazio di archiviazione per i dati aziendali (dipende dall’abbonamento sottoscritto)
* la massima riservatezza per quanto riguarda la custodia e il trattamento dei dati
* un avanzato sistema di stoccaggio e trattamento dei dati che implementa un’IA adattativa basata su rete neurale e addestrata per adattarsi al business specifico di cui si sta occupando.
* un’ambiente integrato per sviluppare complessi organigrammi interattivi sia per quanto riguarda le risorse umane sia per il project management attivando le funzioni WBS e RAM.

**Modello di business (*busienss* *model*)**

In questa parte del piano descriviamo le componenti del modello di business della nostra azienda secondo l’impostazione proposta da David Teece.

Blast! è un *freemium* online, più precisamente un **Infrastructure as a Service (IaaS)**, quindi ha una versione base a uso gratuito con funzionalità aggiuntive sbloccabili progressivamente secondo l’abbonamento sottoscritto dal cliente. Questo modello ci permetterà una rapida crescita del tasso d’adozione e di *fagocitare* un gran numero di utenti nel sistema. Maggiore è l’abbonamento sottoscritto, più funzionalità saranno messe a disposizione dell’azienda-cliente. Descriveremo meglio i singoli piani d’abbonamento nella parte sull’appropriazione del valore.

Immagine che contiene interno

Descrizione generata automaticamente

*Alcuni server di Blast!*

***Proposta di valore***

Blast! propone di facilitare la gestione e la custodia dei dati e di gestire più fluentemente le risorse umane nelle grandi imprese italiane. Per fare ciò la nostra azienda si dota di asset tecnologici di ultima generazione e usa Internet per arrivare velocemente a sodisfare i bisogni del cliente senza doversi appoggiare a una rete di intermediari e senza rallentare il processo di matching con la domanda. Il valore offerto non va solo a migliorare la competitività delle imprese incidendo sul loro vantaggio competitivo e sulla produttività ma influisce anche sulla competitività dell’Italia come paese europeo dotato di un sistema di imprese molto capaci e creative il cui potenziale deve essere assolutamente considerato e sviluppato. Spesso queste realtà imprenditoriali si trovano a dover gestire grandi moli di dati senza sapere come fare oppure adottando pratiche poco efficienti che le rendono lente e poco responsive alle pressioni del mercato. *Blast!* si pone l’obiettivo di ovviare a tali problemi offrendo un’ancora di salvezza facile da usare e veloce che possa permettere ai grandi business di crescere ancora più velocemente.

***Configurazione del valore***

Questa seconda componente del modello di business spiega il modo in cui le diverse interdipendenti risorse e attività della catena del valore sono all'origine della proposta del valore, per esempio la tecnologia, gli impianti, le attrezzature, i marchi, i processi manageriali, ecc

Il brand è registrato®, ha un aspetto accattivante, un coloring specifico e soprattutto si differenzia da tutti gli altri presenti sul mercato. Nel brand management curare questi aspetti del marchio è di fondamentale importanza per il successo.

Per configurare il suo valore Blast! si appoggia a strutture di data storage di ultima generazione che implementano tecnologie di memorizzazione all’avanguardia come la *scrittura laser su cristalli di quarzo* che permette di stoccare un’enorme quantità di informazioni in spazi minuscoli nell’ordine dei micron e con una corruttibilità estremamente bassa.

Ci appoggiamo inoltre a una potente IA basata su rete neurale, addestrata da un nostro partner strategico specializzato, per riconoscere e analizzare grandissime moli di dati numerici e sulla base di questi elaborare e apportare miglioramenti adattandosi al tipo di business in esame.

Per essere sempre a portata del cliente abbiamo sviluppato sia un *portale web* che una *app* per dispositivo mobile, in questo modo il cliente, come può essere ad esempio il manager di una grande impresa può rimanere costantemente aggiornato sullo stato dei dati di business, in casa, fuori casa e in ufficio.

Se dovesse incappare in problemi, l’utente potrebbe contattare il nostro servizio di assistenza virtuale attivo 24/7 o consultare il manuale operativo digitale accessibile sia in un’apposita sezione del sito che dal menù a tendina dell’app.

***Appropriazione del valore***

Questa parte descrive come l’azienda intende generare ricavi per sostenere le proprie attività operative ed espandersi ulteriormente.

Blast! ha tre livelli di abbonamento che possono essere sottoscritti mensilmente o annualmente.

* *Base* (gratuito) – 500 GB di spazio di archiviazione e funzioni di trattamento base dei dati con l’IA.
* *Premium* (€ 125/mese o € 1.439/anno) – 2 TB di spazio di archiviazione, funzioni di trattamento avanzate dei dati con l’IA, il sistema potrebbe suggerire modifiche ai dati o correzioni per eventuali errori o ridondanze.
* *Business* (€ 346/mese o € 4.079/anno) – spazio di archiviazione illimitato, funzioni di trattamento avanzate dei dati con l’IA, il sistema potrebbe suggerire modifiche ai dati o correzioni per eventuali errori o ridondanze, sistema di gestione integrato delle risorse umane con organigramma virtuale interattivo e funzionalità specifiche anche per il Project Management, accesso privilegiato alle nuove features.

Attraverso la vendita di questi piani d’abbonamento e la promozione attraverso le tecniche di marketing che descriveremo più avanti, puntiamo a coprire i costi operativi e generare un ingente profitto nei prossimi 5 anni. Inoltre, useremo parte del valore generato per migliorare ed espandere il nostro business, aprendolo alle grandi imprese europee e adattandolo alle PMI.

***Interfaccia (UI)***

L’azienda-cliente può registrarsi compilando dei form e creando un account con nome utente, e-mail aziendale e una password, in tal modo potrà comunicare al sistema che tipo di azienda è e come preferisce gestire i propri dati, questi dati vanno inseriti obbligatoriamente per far funzionare il sistema ma, se lo desidera, l’utente può autorizzare la raccolta di dati supplementari per aiutare *Blast!* a personalizzare e migliorare continuamente l’esperienza d’uso.

Come già esplicitato, l’interfaccia è in grado di adattarsi al tipo di business mettendo a disposizione funzioni aggiuntive anche sulla base del tipo di abbonamento sottoscritto dalla schermata “Buy Premium”. Alcuni piani d’abbonamento sbloccano funzioni aggiuntive interessanti come maggiore spazio di archiviazione per i dati, trattamento personalizzato, analisi automatica dei dati, organigramma interattivo e accesso anticipato alle nuove features rilasciate dall’azienda.

Inoltre, l’interfaccia UI a riquadri è stata progettata e ottimizzata da designer professionisti per essere estremamente intuitiva e facile da imparare con l’obiettivo di venire incontro alle esigenze dei non-esperti in informatica e banche dati. In questo modo l’azienda punta a coprire in relativamente poco tempo la maggiore quota del mercato italiano e a imporsi come standard tecnologico di riferimento anche in confronto alla concorrenza diretta degli incumbent del mondo digitale.

Abbiamo lavorato molto sul *valore stand alone*, ovvero sugli attributi che rendono utile, funzionale e preferibile il sistema d’offerta dal punto di vista del cliente, prestando particolare attenzione alle persone in possesso di una formazione manageriale. Contiamo comunque di sfruttare anche gli *effetti di rete* per raggiungere in poco tempo la fase esponenziale del tasso di adozione del tool, cannibalizzare il mercato della concorrenza e coprire quote di mercato ancora scoperte come le PMI italiane. Intendiamo anche sfruttare la crescita dei ricavi iniziale per ampliare le potenzialità del business (fondamentalmente affittando nuovo hardware) in modo da scalare l’offerta espandendoci sul mercato europeo e globale nel medio-lungo periodo.

**Contesto competitivo**

Il mercato dei servizi digitali per le aziende, a cui intendiamo rivolgerci è un *winner takes all*, vale a dire che chi riesce ad accumulare per primo un’elevata quota di mercato si assicurerà anche tutto il resto, lasciando i concorrenti con nessuno o pochissimi utenti attivi. Il business cerca di cavalcare il macro-trend ascendente della *digitalizzazione* delle attività gestionali all’interno delle imprese che sta avvenendo da diversi anni con la diffusione dei personal computer e Internet e negli ultimi 5 anni anche grazie all’introduzione di moltissimi tool di intelligenza artificiale online.

Puntiamo ad alzare gli switching cost per il cliente abituandolo ad utilizzare la nostra interfaccia proprietaria che abbiamo cercato di rendere più intuitiva e user friendly possibile. Inoltre, i brevissimi tempi di caricamento dei dati sui nostri sistemi potrebbero disincentivare ulteriormente il cambio di fornitore.

**Concorrenza diretta**

Le aziende che si rivolgono allo stesso mercato con servizi molto simili:

* **Aruba Cloud:** Uno dei principali provider cloud italiani, offre una vasta gamma di servizi, dallo storage alla virtualizzazione, fino all'intelligenza artificiale. È molto apprezzato per la sua affidabilità e scalabilità. Questo probabilmente è il top-in-the-class la cui posizione sarà più difficile da scalfire.
* **Vodafone Business:** Oltre ai servizi di telecomunicazioni, Vodafone offre soluzioni cloud personalizzate per le imprese, con particolare attenzione alla sicurezza dei dati. Ma non implementa l’IA o un builder dinamico di organigrammi per project management.
* **Fastweb Business:** Anche Fastweb propone soluzioni cloud flessibili e scalabili, con un focus sulla connettività ad alta velocità. Ma non preme molto sulla scurezza dei dati come fa Vodafone e non implementa ancora un’IA potente come la nostra.

**Poi abbiamo anche realtà più specializzate nel Data Management:**

* **Engineering:** È una delle più grandi aziende IT italiane, che offre una vasta gamma di servizi, tra cui la gestione dei dati, l'analisi e la consulenza.
* **Exprivia:** Specializzata in digital transformation, offre soluzioni per la gestione dei dati, l'intelligenza artificiale e il cloud computing.
* **Reply:** Un gruppo internazionale che opera nel settore delle tecnologie digitali, con una forte presenza in Italia. Offre servizi di consulenza e implementazione di soluzioni per la gestione dei dati ma non si occupa di stoccarli e analizzarli. E non ha un builder dinamico di organigrammi per il project management.

**Altri**

* **Windtre Business:** Oltre ai servizi di telecomunicazioni, Windtre offre soluzioni cloud e di data management per le imprese in maniera analoga a Fastweb e Vodafone. Di fatto sono realtà concorrenti che si contendono il marcato attraverso la leadership di costo e l’aggiunta di funzioni e benefit ai servizi.

I nostri concorrenti non sono molti ma sono abbastanza forti, soprattutto quelli che implementano le nostre stesse funzioni. Sarà quindi fondamentale per il nostro business rimanere differenziato dalla concorrenza diretta attraverso prezzi relativamente bassi e funzionalità aggiuntive in perenne aggiornamento che andranno a mitigare la sensibilità al prezzo degli utenti. Puntiamo a offrire un valore unico diverso da tutti gli altri che sfrutti a pieno il concetto di *Blue* *Ocean*, ovvero competere su aspetti del business in cui nessun altro concorrente sta ancora competendo.

**Concorrenza indiretta**

Paliamo di aziende che offrono al medesimo mercato un servizio diverso ma che assolve ai medesimi bisogni del nostro. Es: Google Drive, anche se è un prodotto pensato più per venire incontro a esigenze di persone comuni che devono caricare dei dati più che alle aziende di grandi dimensioni.

In tal senso abbiamo considerato anche la possibile *integrazione a monte* da parte di aziende molto grandi che potrebbero sviluppare autonomamente un avanzato sistema di gestione dati. Sta di fatto però che appoggiarsi al nostro business rappresenta comunque una soluzione più immediata e meno costosa, e inoltre noi possiamo offrire un netto vantaggio tecnologico rappresentato dall’AI, dalla velocità di calcolo e dall’usabilità dell’interfaccia. Questi crediamo possano essere i principali fattori critici di successo che permetteranno al nostro business di emergere rispetto agli altri.

**Concorrenza potenziale**

Per ridurre la minaccia della concorrenza potenziale è fondamentale mantenere alte le barriere all’entrata del settore. Queste barriere sono principalmente l’acceso alla tecnologia, l’accesso alle informazioni e la brand loyalty nei confronti degli incumbent. I nuovi entranti dovranno accedere a moltissime capacità tecnologiche e risorse hardware estremamente costose e dovranno anche proporre e comunicare efficacemente un’alternativa migliore di tutte le altre già presenti sul mercato, dovranno agire principalmente sul prezzo, abbastanza da convincere gli utenti a disattivare i loro abbonamenti e attivarne di nuovi presso di loro. Switching cost elevati potrebbero rappresentare un ulteriore ostacolo all’entrata nel settore da parte di nuovi business digitali soprattutto per quanto riguarda la *brand* *loyalty* che tende a mantenere un utente fedele alla prima azienda che ha scelto o all’azienda con cui ha intrattenuto rapporti per più tempo. Inoltre, la natura *winner takes all* del mercato delle piattaforme digitali fa sì che il player più forte col tempo si ritroverà a detenere una quota molto grande del mercato mentre gli altri rimarranno fuori o con pochissimi utenti.

**Mercato target**

Da fonte ISTAT, le grandi imprese in Italia (da 250 addetti e oltre) sono 4.057. Rappresentando lo 0,1% del totale delle imprese, assorbono il 23,3 % dell'occupazione e creano il 35,3% di valore aggiunto.

Per iniziare ci rivolgiamo alle grandi aziende italiane e, se il business dovesse avere successo e la possibilità di investire sulla scalabilità inizierà a farsi vedere all’orizzonte, intendiamo puntare a possibili strategie di internazionalizzazione aprendoci a grandi imprese situate in tutta Europa e nel mondo. Intendiamo anche offrire una versione semplificata e a prezzi più bassi del servizio per adattarlo alle PMI, che in genere hanno pochi dipendenti, modelli organizzativi semplici e informali, dispongono di capitali limitati, tendono a innovare di più e rappresentano il 75% delle imprese in Italia.

Il business digitale è estremamente scalabile investendo esclusivamente sull’acquisto (o l’affitto) di nuovo hardware per espandere lo spazio di archiviazione e aumentare complessivamente la potenza di calcolo del sistema.

**Struttura aziendale**

Essendo il nostro un mono-business, la struttura organizzativa adottata è un *modello funzionale* concepito per massimizzare l’efficienza in ogni parte del servizio digitale che, per ora, rimane singolo e non correlato ad altri business. Il presente organigramma è stato disegnato con Draw.io.

Immagine che contiene testo, diagramma, schermata, Carattere

Descrizione generata automaticamente

**Promozione**

In questa parte del business plan descriviamo le strategie che intendiamo porre in essere per promuovere l’utilizzo del nostro avanzatissimo servizio digitale e acquisire nuove quote di mercato (nuovi utenti). Sta di fatto che, se nessuno conosce l’esistenza di un’alternativa, per quanto possa essere migliore delle altre, non verrà comunque scelta. Quindi è fondamentale investire in azioni di marketing e comunicazione per diffondere la *brand awareness* e le potenzialità della nostra offerta.

***Pubblicità mirata sui social***

In particolare, attraverso post sponsorizzati su Facebook e Instagram perché sono associati a un’ampia base d’utenza ben consolidata negli anni tra cui figurano anche moltissime aziende. Tramite i suddetti social sarà anche possibile approfondire la relazione con i clienti e ottenere preziosi feedback per evolvere e personalizzare la comunicazione.

In più, tramite i commenti degli utenti potremmo accedere a preziosi suggerimenti per migliorare il nostro business e la strategia in generale.

***Spot radiofonici***

Oggigiorno l’IA sta conquistando ogni ambito delle nostre vite: produzione industriale, macchine che auto apprendono, generazione di testi, chatting e anche il settore creativo. Stiamo a tutti gli effetti vivendo una rivoluzione industriale paragonabile a quella che è avvenuta a inizio Ottocento in Inghilterra, quando l’introduzione della macchina a vapore ha influenzato e modificato tutta l’industria e il modo stesso di concepire il business. Oggi esistono tool di IA capaci di convertire un semplice testo in un’immagine o addirittura in un suono in pochi secondi.

Abbiamo quindi deciso di utilizzare questi nuovi strumenti messi a disposizione da Internet per generare spot pubblicitari radiofonici fronteggiando costi molto bassi, quasi-nulli. Tramite questi *audio*-*ad* puntiamo a diffondere ulteriormente la brand awareness presso il mercato. Gli spot saranno passati sulle maggiori stazioni radio in prima mattinata, quando le persone e gli imprenditori guidano da casa a lavoro e ascoltano la radio in macchina.

***SEO***

Essendo il nostro business interamente digitale e fruibile sul web, è di fondamentale importanza assumere il posizionamento apicale nelle *SERP* ovvero le pagine dei risultati di ricerca nel caso un utente o un imprenditore vada su Internet a cercare un modo per custodire, analizzare e gestire i dati della sua azienda. Secondo diverse ricerche di mercato il numero di utenti che cerca qualcosa su internet e va ad aprire oltre il terzo risultato della SERP è prossimo allo zero, la maggior parte di loro si ferma ad esaminare il risultato che appare in cima. Quindi porremo in essere una serie di strategie che riguardano la SEO (search engine optimization):

* **Identificazione delle parole chiave:** "cloud storage Italia", "gestione dati aziendale", "sicurezza dati in cloud", “save data on your business with AI”, ecc).
* **Keyword a lunga coda:** Oltre alle parole chiave generiche, considereremo di usare anche quelle a lunga coda, più specifiche e con un volume di ricerca inferiore ma legate a un intento di ricerca più preciso. “cloud storage per grandi imprese” “data storage e trattamento con IA per grandi imprese” “usare l’IA per gestire i dati aziendali”, “usare l’IA per gestire i dati della mia azienda”, ecc).

**Ottimizzazione on-page**

* Utilizzeremo titoli e meta descrizioni accattivanti che implementino le parole chiave scelte.
* Utilizzeremo immagini di alta qualità associate a tag ALT che includano le parole chiave.
* Utilizzeremo URL brevi, descrittivi e che includano anch’essi le parole chiave.
* Ottimizzeremo la velocità del caricamento del sito per incidere positivamente sulla SEO e per offrire una buona esperienza utente (UX).
* Creeremo e invieremo a Google e Bing (i principali motori di ricerca) le sitemap del nostro sito per facilitare l'indicizzazione delle pagine.

**Ottimizzazione off-page**

* Cercheremo di ottenere link da siti web autorevoli e pertinenti al nostro settore.
* Creeremo una scheda *Google My Business* per l’azienda e la ottimizzeremo con le informazioni del nostro business.

**Altre strategie indirette per incidere positivamente sulla SEO**

* Creeremo contenuti di valore sui nostri social per attirare e fidelizzare i clienti. Tramite il social media marketingpromuoveremo i nostri contenuti, li useremo per interagire con il nostro pubblico e anche per generare lead. In più, costruiremo una mailing list e invieremo newsletter informative ai nuovi iscritti.

***Canali******distributivi***

Il business è interamente digitale e raggiungibile sia da PC tramite portale web che da smartphone tramite app. In entrambi questi ambienti l’utente-azienda potrà familiarizzare col nostro ambiente interattivo e decidere quale abbonamento sottoscrivere. Pertanto, il nostro è un *direct to consumer* (anche se i nostri clienti sono le aziende) che non presenta attori intermediari verso il consumatore finale come grossisti o dettaglianti. Questo ci permette di contenere i costi di distribuzione e fa sì che il nostro potere contrattuale nei confronti del distributore, che verte sulla decisione dei prezzi e delle strategie di posizionamento del prodotto/servizio, sia massimo.

**Modello economico, ricavi, costi e investimenti**

Questa è la parte quantitativa del business plan in cui descriveremo i flussi di capitali, la struttura di costo e tutti gli elementi di natura prettamente economica che contribuiscono a rendere il nostro business un’ottima scelta d’investimento.

***Flusso di ricavi***

La principale fonte di ricavo del nostro business è rappresentata dagli abbonamenti che le aziende sottoscrivono per usufruire dei servizi digitali. Esse possono scegliere se pagare un abbonamento mensile o annuale e, in base al tipo di abbonamento sottoscritto, potranno accedere a determinate funzionalità.

Quindi siamo nella situazione in cui, ad ogni abbonamento sottoscritto, corrisponde un ricavo per l’azienda.

Essendo le grandi imprese italiane 4.057, se ipotizziamo ottimisticamente che il 60% di loro (2.434 imprese) decidesse di abbonarsi al nostro servizio *premium* per un anno, guadagneremo tre milioni e mezzo di euro:

2.434 \* 1.439 = € 3.502.526

Nel caso in cui decidessero di abbonarsi al servizio *business* avremo invece un guadagno molto vicino ai 10 milioni di euro (senza contare le tasse):

2.434 \* 4.079 = € 9.928.286

Volendo essere un po' più realisti, ipotizziamo che questo 60% di grandi imprese italiane si divida in un 50 e 50 di abbonamenti *premium* e abbonamenti *business* avremo che:

1.217 \* 1.439 = € 1.751.263

1.217 \* 4.079 = € 4.964.143

€ 1.751.263 + € 4.964.143 = € 6.715.406

Circa 7 milioni di euro di ricavi secondo lo scenario più probabile (né pessimista né ottimista) e senza contare le tasse. Ovviamente quando ci apriremo al mercato globale e alle PMI questi numeri saranno destinati a salire.

Le stime dei margini sopra riportate partono dal presupposto che tutte le imprese acquistino un abbonamento annuale, nel caso in cui invece preferiscano l’abbonamento mensile si ritroveranno a spendere di più, perché l’abbonamento mensile è lievemente più costoso di quello annuale, e quindi ad aumentare i ricavi per l’azienda.

Nello scenario più ottimistico possibile avremo tutte le 4.057 grandi imprese italiane che acquistano l’abbonamento *business mensile*, quindi:

4.057 \* 346 \* 12 = € 16.844.664

Il massimo dei ricavi possibili per il nostro business nel primo anno ammonta a quasi 17 milioni di euro.

***Struttura dei costi***

I costi fissi restano invariati all’aumentare dei volumi prodotti. Ma possono aumentare a scalino in caso di espansioni della struttura che possono essere effettuate a intervalli regolari anche sulla base della quantità di utenti che potrebbe aumentare e costringere l’azienda a installare nuova capacità produttiva.

|  |  |
| --- | --- |
| **Costo fisso** | **Ammontare** |
| Infrastrutture IT (computer, server, componenti) | € 1.400.000 |
| Personale specializzato (organico) | € 45.000 |
| Attività di marketing | € 4.000 |
| **Totale** | **€ 1.449.000** |

I costi variabili invece aumentano in maniera proporzionale ai volumi.

|  |  |
| --- | --- |
| **Costo** **variabile** | **Ammontare** |
| Energia elettrica | € 1642,50 |
| Banda larga | € 360 |
| **Totale** | **€ 2.002,50** |

**Break-even point (punto di pareggio)**

Calcoliamo il punto di pareggio, ovvero il numero di abbonamenti che dovremo vendere per coprire tutti i costi fissi e variabili, superato il BEP si andrà nell’area di utile, ovvero in profitto, se per un qualunque motivo non riusciremo a vendere abbastanza abbonamenti rimarremo nell’area di perdita.

Dato che la somma dei costi fissi e variabili ammonta a circa € 1.449.202,5 allora si ha che:

Considerando gli abbonamenti *premium*, dovremo venderne 942 per andare a pareggio, cosa che riteniamo più che possibile nel primo anno di attività.

Considerando gli abbonamenti *business*, dovremo venderne solo 355 per andare a pareggio, più raro che accada ma comunque lo riteniamo un risultato raggiungibile entro il primo anno di attività.

Essendo il più realisti possibile, ci aspettiamo che una maggioranza di utenti utilizzerà il servizio base mentre una minoranza si dividerà in parti più o meno uguali tra abbonamenti *premium* e abbonamenti *business*.

**ROI (Return on Investment)**

Stima il ritorno sull'investimento che gli investitori possono aspettarsi da questo progetto imprenditoriale.

La nostra azienda attualmente non è quotata in borsa ma pianifica di farlo nel momento in cui si aprirà al mercato globale. Pertanto, solo allora sarà possibile acquistarne le azioni e contribuire a finanziare l’attività. Contiamo comunque che gli angel investor e i venture capitalist colgano le potenzialità del nostro business e scelgano di contribuire finanziariamente al suo miglioramento con donazioni o partnership strategiche. Siamo consapevoli che in futuro potremo ricevere proposte di acquisizione da parte di altre aziende che si occupano di cloud computing e data storage ma per il momento puntiamo diventare noi la realtà di riferimento per quanto riguarda questo settore lasciando questa possibilità solo al remoto caso in cui non riuscissimo a raggiungere il break-even o la quota di mercato che desideriamo.

**Scalabilità**

Come spiegato più volte nel busness plan, la nostra azienda ha moltissime capacità di crescita perché può scalare rapidamente e rispondere a una crescente domanda di servizi. Sostanzialmente gli investimenti necessari per supportare la crescita e la scalabilità saranno improntati all’acquisto di nuove infrastrutture per lo stoccaggio e il trattamento dei dati per aziende piccole e grandi. Per i prossimi anni puntiamo ad espandere il business al mercato europeo, globale e alle PMI.

*Grazie per aver letto!*😊

**Bibliografia**

*“Business Planning: Dall’idea al progetto imprenditoriale”* – Cinzia Parolini, Ediz. Pearson.2020

*“Fondamenti di strategia”* - Johnson J., Whittington, Ediz. Pearson, Milano, 2019.