

GreenAura



Chi siamo?

GreenAura è una catena di negozi specializzata nella vendita di prodotti ecologici, naturali e sostenibili per la cura della persona, della casa e per l'igiene quotidiana. L'azienda nasce per rispondere alla crescente domanda di consumatori consapevoli, offrendo prodotti con packaging riciclabile e biodegradabile

Mission: Offrire prodotti naturali e sostenibili di alta qualità per migliorare il benessere quotidiano senza compromettere l'ambiente.

Vision: Diventare leader nel settore dei prodotti ecologici, promuovendo un consumo responsabile e creando una comunità di consumatori eco-consapevoli.

Valori:

- Sostenibilità
- Salute e benessere
- Educazione al consumo

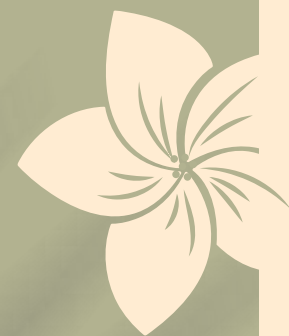


Il tuo negozio sostenibile

Analisi di mercato

Settore di riferimento: GreenAura opera nel settore della distribuzione di prodotti eco-friendly, un mercato in forte crescita grazie alla crescente consapevolezza ambientale dei consumatori. I principali segmenti di mercato includono:

- Cura della persona:
- Cura della casa
- Accessori e piccoli elettrodomestici



Mercato target: il target di GreenAura include:

- Consumatori eco-consapevoli
- Giovani adulti e millennial (25-40 anni)
- Famiglie con bambini

Caratteristiche del mercato target:

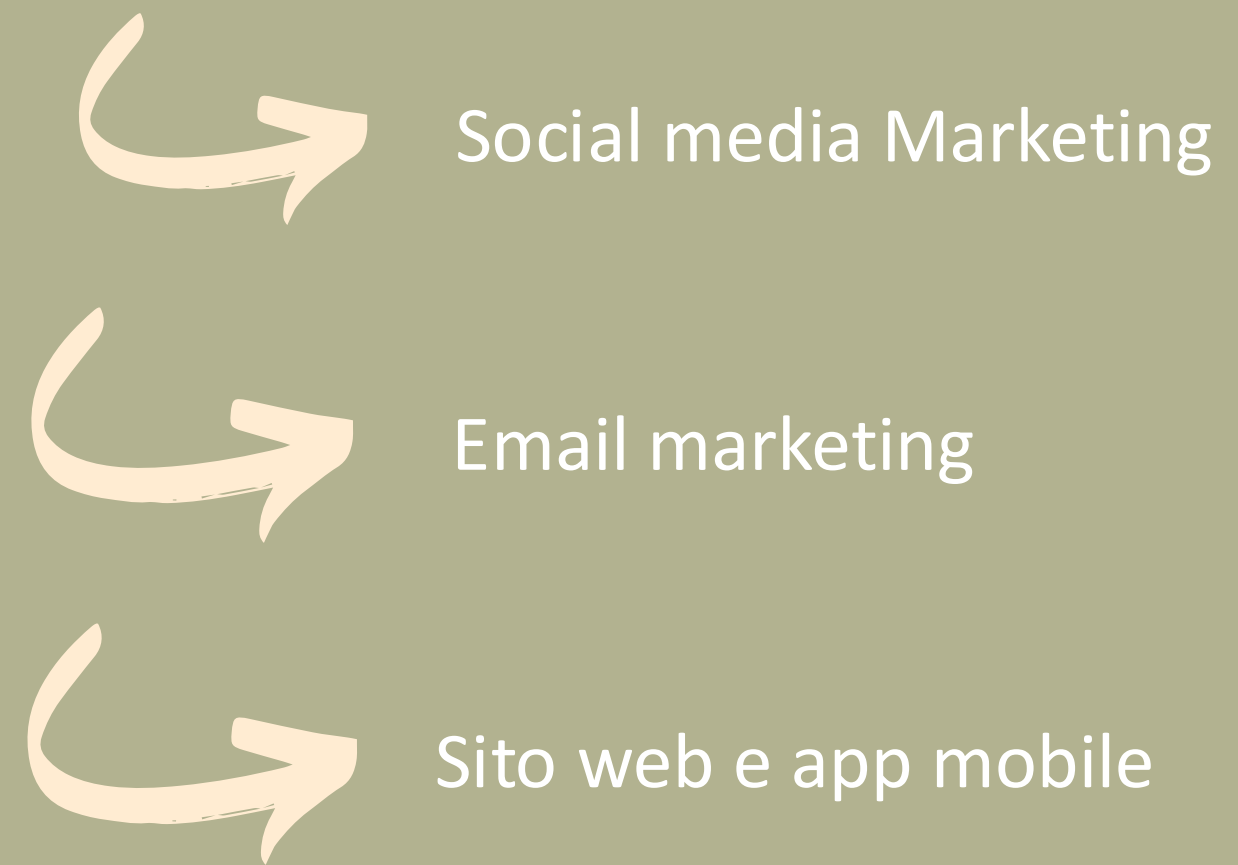
- Elevata attenzione alla sostenibilità e clienti disposti a investire in prodotti ecologici.
- Preferenza per marchi trasparenti che comunichino il loro impegno ambientale e sociale.

Politiche di comunicazione /1

COMUNICAZIONE TRADIZIONALE



COMUNICAZIONE DIGITALE



Politiche di comunicazione /2

PROMOZIONI E FIDELIZZAZIONE



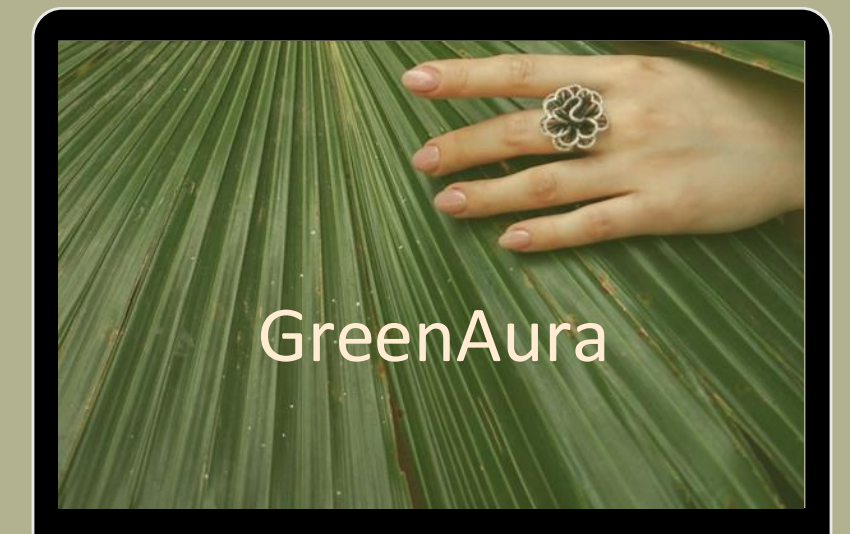
Programma fedeltà ecologico: Accumulo di punti per sconti o donazioni a iniziative ambientali.



Sconti stagionali su prodotti eco-sostenibili



Collaborazioni con organizzazioni ecologiche, con parte dei proventi destinata a progetti di tutela ambientale



Strategia operativa e commerciale

Offerta di prodotti

- **Cosmetici biologici:** Creme, oli, shampoo e prodotti per la cura della pelle con ingredienti naturali, senza parabeni e siliconi.
- **Detergenti ecologici:** Prodotti per la pulizia a base di ingredienti biologici e biodegradabili, con packaging in plastica riciclata o compostabile.
- **Accessori e piccoli elettrodomestici:** Oggetti per la casa realizzati con materiali sostenibili come bambù, acciaio inox e plastica riciclata.

Canali di distribuzione

- Negozi fisici
- E-commerce

Strategia di marketing

- Educazione al consumo sostenibile
- Sostenibilità come valore distintivo
- Marketing stagionale e online



Modello economico /1

Gestione aziendale

Come siamo organizzati?

- Vendite e Marketing: Gestisce le campagne pubblicitarie, le promozioni e la comunicazione digitale.
- Logistica e approvvigionamenti: Si occupa dell'approvvigionamento di prodotti naturali e biologici, garantendo che le materie prime siano certificate e provengano da fornitori eco-sostenibili.
- Servizio Clienti: Supporta i consumatori, sia in negozio che online, gestendo richieste e feedback.

Modello economico /2

Revenue Model

Come generiamo entrate?

- Vendite al dettaglio: La principale fonte di ricavi proviene dalla vendita di prodotti sostenibili nei negozi fisici e online.
- Vendite online: Con un crescente numero di consumatori che preferisce acquistare da casa, l'e-commerce rappresenta un'area in continua espansione per l'azienda.
- Collaborazioni e sponsorizzazioni: GreenAura sviluppa partnership con marchi che condividono i valori della sostenibilità, ottenendo commissioni su vendite dirette o sponsor per eventi e iniziative di sensibilizzazione.

Modello economico /3

Modello dei costi operativi

Costi fissi:

Affitti e gestione dei negozi fisici: I costi per l'affitto dei locali, la loro manutenzione e la gestione degli spazi destinati alla vendita e alla formazione sul consumo responsabile.

Stipendi e formazione: I salari del personale, inclusi i costi per la formazione continua su pratiche ecologiche, customer service e gestione dei prodotti sostenibili.

Costi di gestione del sito web e piattaforma e-commerce: Sostentimento di infrastrutture IT per il sito web, la gestione dell'inventario online e la logistica.

Quali costi
sosteniamo?



Costi variabili:

Acquisto di materie prime e prodotti: I costi relativi all'acquisto di ingredienti naturali per i cosmetici e detersivi, e materiali ecologici per il packaging.

Spese di spedizione e logistica: Costo per la gestione delle spedizioni (online) e per il trasporto di prodotti tra magazzini e punti vendita.

Marketing e pubblicità: Investimenti in campagne di marketing su social media, pubblicità tradizionale, sponsorizzazioni, eventi ecologici e progetti di sensibilizzazione.



Totale complessivo dei costi fissi e variabili

Voce di Spesa	Anno 1 (€)	Anno 2 (€)	Anno 3 (€)	Totale (€)
Affitti e gestione dei negozi	500,000	550,000	600,000	1,650,000
Stipendi e formazione del personale	400,000	420,000	440,000	1,260,000
Costi IT (sito e infrastrutture)	100,000	110,000	120,000	330,000
Costi amministrativi e legali	50,000	55,000	60,000	165,000
Totale Costi Fissi	1,050,000	1,135,000	1,220,000	3,405,000

Costi fissi

Voce di Spesa	Anno 1 (€)	Anno 2 (€)	Anno 3 (€)	Totale (€)
Acquisto materie prime e prodotti	2,000,000	2,200,000	2,500,000	6,700,000
Spese di spedizione e logistica	300,000	330,000	350,000	980,000
Marketing e pubblicità	500,000	600,000	700,000	1,800,000
Costi per eventi e campagne di sensibilizzazione	200,000	250,000	300,000	750,000
Totale Costi Variabili	3,000,000	3,380,000	3,850,000	10,230,000

Costi variabili

Modello economico /4

Working capital

- **Gestione delle scorte:** Monitoraggio accurato delle scorte di magazzino per evitare eccessi e carenze. L'azienda predilige una gestione lean, riducendo al minimo il rischio di invenduto eccessivo.
- **Ciclo di pagamento ottimizzato:** Le condizioni con i fornitori sono negoziate per avere un flusso di cassa equilibrato, con pagamenti dilazionati che permettono una gestione efficace del capitale circolante.
- **Flusso di cassa:** Gli incassi da vendite dirette (negozi fisici) e online sono costantemente monitorati per garantire la liquidità necessaria per far fronte alle spese operative e agli investimenti per l'espansione.

Modello economico /5

Immobilizzazioni operative

Cosa comprendono?

- **Impianti e negozi fisici:** Investimenti in strutture ecocompatibili per i punti vendita, come negozi con design verde e sistemi di risparmio energetico, che utilizzano tecnologie di illuminazione a LED e impianti fotovoltaici per l'autosufficienza energetica.
- **Tecnologie e piattaforme digitali:** Investimenti nella gestione IT per il sito di e-commerce, l'ottimizzazione dei processi di logistica e la gestione del magazzino. La piattaforma è progettata per monitorare le vendite, analizzare le preferenze dei consumatori e adattare l'offerta in tempo reale.
- **Automezzi ecologici:** Investimenti in mezzi di trasporto a basse emissioni (come furgoni elettrici) per la distribuzione dei prodotti, sia a livello locale che per le spedizioni online.



Investimenti in immobilizzazioni

Voce di Spesa	Anno 1 (€)	Anno 2 (€)	Anno 3 (€)	Totale (€)
Investimenti in negozi e arredi ecologici	600,000	300,000	200,000	1,100,000
Acquisto automezzi ecologici (furgoni)	150,000	100,000	50,000	300,000
Investimenti in tecnologie e piattaforme digitali	200,000	150,000	100,000	450,000
Totale Investimenti in Immobilizzazioni	950,000	550,000	350,000	1,850,000



Modello economico /6

La stima delle previsioni finanziarie

Le proiezioni finanziarie sono stime dei ricavi e dei costi aziendali per i primi tre anni di attività, basate su un tasso di crescita annuale previsto del 20%.

Voce	Stima Anno 1	Stima Anno 2	Stima Anno 3
Ricavi	€10M	€12M	€14M
Costi operativi	€7M	€8M	€9M
Utile netto	€1M	€1.5M	€2M
EBITDA	€1.5M	€2M	€2.5M

Conclusioni

Il business plan di GreenAura presenta un modello solido per una catena di negozi sostenibili, rispondendo alla crescente domanda di prodotti ecologici e naturali. L'azienda ha un vantaggio competitivo grazie alla sua offerta unica di prodotti eco-friendly e politiche di marketing trasparenti.

L'attenzione alla sostenibilità rende GreenAura particolarmente adatta a un mercato sempre più sensibile all'ambiente. Le proiezioni finanziarie indicano una crescita costante, con margini positivi che permetteranno all'azienda di consolidare la sua posizione e investire in ulteriori iniziative verdi.

GreenAura si propone come un player innovativo nel settore della cura della persona e della casa, con un forte impegno verso la sostenibilità, rispondendo alle esigenze dei consumatori moderni.



GreenAura

Il tuo negozio sostenibile



Grazie per
l'attenzione!

Lavoro svolto da:

Giordana Palmeri - giordana.palmeri@studenti.unite.it

Greta Miani - greta.miani@studenti.unite.it

Primo anno CGO