

ELABORAZIONE BUSINESS PLAN

PRIMA PARTE: SINTESI PRELIMINARE

- L'impresa
- Prodotto/Servizio
- Il mercato
- L'area finanziaria
- Il management

SECONDA PARTE: PIANO DI MARKETING

- Definizione del mercato e opportunità di inserimento
- Analisi del settore
- Analisi della domanda potenziale
- Concorrenza
- Strategia di marketing
- Ricerca di mercato e previsioni di vendita

TERZA PARTE: PIANO OPERATIVO

- Strategia di sviluppo del prodotto
- Strategia di avvio alla produzione

QUARTA PARTE: MANAGEMENT E ORGANIZZAZIONE

QUINTA PARTE: TRAGUARDI PRINCIPALI

SESTA PARTE: PIANO FINANZIARIO

SINTESI PRELIMINARE

È la sezione più importante del Business Plan, perché è il primo elemento esaminato da chi valuta (oltre che da eventuali investitori) e determina la sua buona predisposizione (cioè, attenzione e tempo da dedicare) al resto della lettura.

È consigliabile redigere questa sezione per ultima, quando ogni capitolo sarà stato attentamente completato ed analizzato in tutte le sue parti.

Dovrebbe essere di lunghezza compresa fra le tre e cinque pagine e riportare in modo chiaro e conciso le informazioni di maggiore rilievo sull'azienda ed i vantaggi offerti all'investitore.

SINTESI PRELIMINARE

L'IMPRESA

Nel compilare questo paragrafo prova a rispondere alle seguenti domande.

Quale è lo scopo principale dell'impresa?

Utilizzerà qualche tecnologia particolare?

Quali sono gli obiettivi (per il breve termine – entro il primo anno – e per il medio-lungo termine – dopo il primo anno)?

Quali sono i fattori critici per il successo, cioè gli elementi essenziali grazie ai quali la tua impresa può risultare competitiva rispetto ad altre imprese concorrenti?

SINTESI PRELIMINARE

IL PRODOTTO/SERVIZIO

Quale è il prodotto (bene fisico o servizio, o una loro combinazione) che l'impresa intende vendere? Cosa rende unico (o diverso da altri simili) tale prodotto? Ad es. argomenta su aspetti quali: prezzo, qualità, rapidità o puntualità nella consegna del bene o nell'erogazione del servizio, innovatività, flessibilità. In quali aspetti il prodotto è innovativo? Considera che l'innovatività potrebbe essere assoluta (prodotto del tutto nuovo) o relativa, cioè legata all'introduzione nel settore (ad es. aerospazio) o nel mercato di riferimento (ad es. la Puglia) di una innovazione già esistente in settori o mercati diversi. Ancora, l'innovazione potrebbe riguardare non tanto il prodotto quanto le modalità con cui esso è realizzato o venduto. Quali aspetti conferiscono al prodotto caratteri di sostenibilità ambientale e sociale? Valorizza tali aspetti e discuti se/come essi migliorino le prestazioni "convenzionali" del prodotto, cioè quelle che il cliente si attende da prodotti analoghi che non pongano attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale.

SINTESI PRELIMINARE

IL MERCATO

Descrivi il mercato che esiste attualmente per il prodotto in termini di: domanda complessiva, in termini di unità o fatturato realizzati nel mercato preso a riferimento, dimensione nazionale o internazionale (prova cioè a valutare se il mercato per il prodotto esista solo in Italia o anche all'estero), andamento nel tempo della domanda. ad es., unità di prodotto o fatturato realizzato nel mercato di riferimento (in coerenza con il punto 1) negli ultimi 3-5 anni, previsione dell'andamento futuro della domanda, ad es. nei prossimi 1-3 anni, quota di mercato stimata per la tua impresa, cioè quale percentuale sul valore totale del mercato di riferimento pensi che la tua impresa possa conquistare, Se il mercato per il nuovo prodotto fosse del tutto nuovo e quindi mancassero dei riferimenti alla realtà, nel rispondere alle precedenti domande, prova a far riferimento a prodotti simili così da ipotizzare previsioni non del tutto slegate dall'esistente.

SINTESI PRELIMINARE

L'AREA FINANZIARIA

Stima il fabbisogno di capitale (risorse finanziarie) necessario per avviare l'attività d'impresa. È necessario prevedere le esigenze di capitale non solo per l'avvio iniziale, ma anche per i primi 3-5 anni di attività. Devi ipotizzare le diverse modalità con cui intendi finanziare le attività, cioè acquisire il capitale. Le principali fonti cui attingere sono: capitali propri o dei soci fondatori, capitali di potenziali altri investitori, finanziamenti da istituti bancari, finanziamenti aggiuntivi ottenuti partecipando a bandi competitivi (ad es., fondi europei, nazionali o regionali). Completa la descrizione con l'analisi del punto di pareggio. Il punto di pareggio è il momento in cui, grazie agli introiti dalla produzione e vendita del tuo prodotto, l'impresa riuscirà a recuperare per intero gli investimenti sostenuti e, da allora in poi, produrrà profitto. Dall'analisi del punto di pareggio, dovresti riuscire a dimostrare che il recupero dell'investimento effettuato si completa entro 3-5 anni.

SINTESI PRELIMINARE

IL MANAGEMENT

Descrivi il team di persone (soci e/o manager) impegnati nel progetto imprenditoriale.

Presenta le competenze e le esperienze di ciascuno, evidenziandone i punti di forza in relazione all'idea di business.

PIANO DI MARKETING

- DEFINIZIONE DEL MERCATO E OPPORTUNITÀ DI INSERIMENTO
- ANALISI DEL SETTORE

Descrivi il settore nel quale intendi effettuare l'investimento. Elenca e analizza possibili minacce, cioè elementi che rendano difficile e rischiosa la creazione della nuova impresa (ad es. difficoltà a trovare personale competente). Elenca e analizza possibili opportunità, cioè elementi che invece possano favorire l'ingresso e l'operare della tua impresa (ad es. presenza di centri di ricerca che possano dare collaborazione nell'innovazione).

PIANO DI MARKETING

ANALISI DELLA DOMANDA POTENZIALE

Descrivi la domanda del mercato di riferimento, evidenzia se essa sia di tipo locale o regionale, nazionale, o internazionale. Prova a prevedere l'evoluzione futura (prossimi 3-5 anni) della domanda.

Se possibile, argomenta l'analisi della domanda e la previsione sulla sua evoluzione con una ricerca quantitativa e/o qualitativa, che ovviamente dà maggiore credibilità al business plan.

PIANO DI MARKETING

CONCORRENZA

Evidenzia come la tua impresa si pone nei confronti dei concorrenti. In particolare prova a dare risposta alle seguenti questioni.

In cosa si differenzia il proprio prodotto da quelli dei concorrenti?

Quali sono i punti di forza e quali i punti di debolezza?

Come pensi di riuscire a far leva sui propri punti di forza e, al contempo, evitare di essere penalizzati a causa dei propri punti di debolezza?

PIANO DI MARKETING

STRATEGIA DI MARKETING

Descrivi la strategia di marketing che intendi adottare. A tal fine soffermati sulle variabili del marketing mix (4P):

prodotto (quali sono le caratteristiche distintive del prodotto?),

prezzo (come pensi di posizionare il prezzo in relazione a ciò che fa la concorrenza?),

promozione (intendi mettere in atto specifiche azioni per pubblicizzare il prodotto e stimolarne la domanda?),

punto vendita (quali azioni puoi ipotizzare per rendere più efficace la distribuzione?).

PIANO DI MARKETING

RICERCA DI MERCATO E PREVISIONI DI VENDITA

In questo paragrafo, se disponibili, inserisci i dati della ricerca di mercato a supporto delle previsioni di vendita.

La ricerca può essere svolta mediante analisi di documenti reperiti da fonti varie (ad es. Internet) e/o utilizzando interviste a campione presso potenziali clienti. Questo secondo tipo di ricerca (interviste) ha anche il vantaggio di far conoscere l'impresa al mercato.

PIANO OPERATIVO

STRATEGIA DI SVILUPPO DEL PRODOTTO

Discuti la fattibilità dell'idea: la trasformazione dell'idea nell'effettiva realizzazione del prodotto per la vendita comporta possibili criticità, che è opportuno evidenziare in questo paragrafo.

Dopo aver identificato le eventuali criticità, ipotizza le modalità che potresti utilizzare per affrontarle e gestirle.

PIANO OPERATIVO

STRATEGIA DI AVVIO DELLA PRODUZIONE

Definisci le previsioni per le esigenze delle risorse necessarie all'avvio della produzione. Considera che le risorse necessarie possono essere di diversi tipi: spazi, personale, impianti, attrezzature.

Sulla base di tali previsioni, deduci le conseguenti necessità di risorse finanziarie. Dovrai in particolare stimare entità e tempi dei flussi finanziari necessari per far fronte all'acquisizione delle risorse di spazio, personale, impianti, attrezzature.

MANAGEMENT E ORGANIZZAZIONE

Descrivi l'insieme delle risorse (persone e mezzi) che partecipano alla realizzazione del business ed evidenzia i rapporti e le relazioni che li collegano.

In aggiunta a quanto sinteticamente esposto sopra sul management, qui puoi affrontare alcuni punti più in dettaglio:

Identificazione dei ruoli ricoperti da ciascuna persona che sarà impegnata nell'impresa, evidenziando i compiti che ciascuno ricoprirà e la coerenza fra tali compiti e le rispettive competenze;

Definizione dell'organigramma semplificato che rappresenta la struttura organizzativa della tua impresa

TRAGUARDI PRINCIPALI

Individua e definisci le tappe principali dello sviluppo dell'idea di business e quindi dell'impresa.

Esempi di possibili eventi significativi, che quindi potrebbero essere trattati, sono:

accordi di finanziamento;

sviluppo del prodotto;

avvio dei test di mercato e della produzione;

avvio della vendita del prodotto;

raggiungimento del pareggio dell'esborso iniziale;

accordi commerciali strategici;

ampliamento dell'attività.

PIANO FINANZIARIO

Si dovranno fornire proiezioni quantitative e realistiche relative ai risultati finanziari previsti per l'impresa.

Le proiezioni dovrebbero essere espresse in forma di tabella e adeguatamente argomentate.

Le tabelle dovrebbero riferirsi a un bilancio preventivo (conto economico e stato patrimoniale) esteso ad almeno 3 anni.

Per predisporre le tabelle puoi utilizzare il template excel (Piano finanziario.XLSX) che ti è stato fornito insieme con questo documento.