

Dintec

CONSORZIO PER L'INNOVAZIONE
TECNOLOGICA

Unioncamere
Calabria



Camera di Commercio
Cosenza

L'utilità del Business Plan per presentare le proprie idee

Progetto Rete VIP 2014

Alessandra Marchesini
Innovation Advisor, Dintec

Cosenza, 29/05/2014



Temi Trattati

- Gli elementi di un Business Plan di successo;
- Il Business Planning: verifica dell'idea ed elaborazione del documento;
- Tips and Tricks



Temi Trattati

- Gli elementi di un Business Plan di successo;
- Il Business Planning: verifica dell'idea ed elaborazione del documento;
- Tips and Tricks

Cosa intendiamo per business Plan di successo

La redazione di un documento che traduca su carta situazioni reali e che raccolga il consenso dei soggetti a cui è destinato.





Cosa può influire sul successo...

- Qualità dell'idea, del team, del modello di business
- Veridicità delle informazioni riportate
- Customizzazione del documento in relazione all'utilizzo

Il Business Plan per la finanza innovativa: il caso del capitale di rischio

- Documento dettagliato;
- Riservare particolare attenzione:
 - Team
 - Mercato
 - Innovatività
 - Protezione (brevetto/segreto)
 - Previsioni economico finanziarie



Il Business Plan per la finanza tradizionale

- Documento snello
- Riservare particolare attenzione:
 - Solidità della parte economico finanziaria





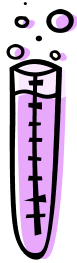
Temi Trattati

- Gli elementi di un Business Plan di successo;
- Il Business Planning: verifica dell'idea ed elaborazione del documento;
- Tips and Tricks



Temi Trattati

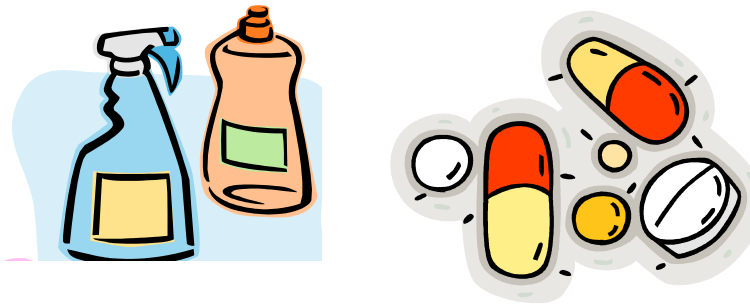
- Gli elementi di un Business Plan di successo;
- Il Business Planning: verifica dell'idea ed elaborazione del documento;
- Tips and Tricks



Si parte da un'intuizione



PROCESSO ORGANIZZATO DI VERIFICA
DELL'IDEA



Al termine di tale processo dovranno essere definiti:

- Il modello di business dell'impresa
- Il portfolio prodotti servizi e relative caratteristiche tecniche
- Il tipo di mercato che si intende servire
- La strategia di marketing
- La struttura organizzativa
- Gli investimenti/risorse tecniche necessarie



Business Plan





Aree di analisi

I contenuti minimali del business plan sono:

l'idea imprenditoriale

l'impresa

il prodotto/servizio

il mercato, i clienti, la concorrenza

la strategia aziendale

l'organizzazione e il management

le previsioni economiche e finanziarie



L'idea imprenditoriale

Contenuti



l'idea alla base del progetto imprenditoriale, come è nata e come funziona (modello di business)

settore di attività nel quale intende operare

portfolio prodotto/servizio da proporre sul mercato

destinatari del prodotto/servizio e tipo di bisogno soddisfa (latente, consolidato, diffuso)

stadio attuale di sviluppo del prodotto/servizio

obiettivi, tempistica, attività per la messa a punto del prodotto/servizio per l'ingresso sul mercato/commercializzazione

L'impresa

principali punti descrittivi

quando è stata creata l'impresa,

forma e composizione societaria

i passi più importanti realizzati

le principali difficoltà incontrate

principali risultati economici e (fatturato, redditività, capitale proprio)

Partnership e collaborazioni



Il portfolio prodotto/servizio

elementi di analisi



Descrizione e definizione del portfolio prodotto/servizi (caratteristiche tecniche, elementi distintivi – punti di forza, tecnologie di produzione)

Applicazioni e possibili estensioni del portfolio

Stato di sviluppo attuale (nel caso in cui la tecnologia debba ancora essere sviluppata è necessario dettagliare il piano di sviluppo)

Esistenza di marchi o brevetti o altra proprietà intellettuale

Mercato di riferimento

analisi del settore di riferimento



Profilo, dimensione, trend

barriere all'entrata (es: elevati investimenti, difficoltà di accesso ai canali commerciali; lobby concorrenti)

Minacce (es. normativa, nuove tecnologie alternative)

Opportunità (agevolazioni, partnerships)

Barriere all'uscita (es. alti costi di riconversione)

I clienti

punti di analisi del target di clienti



***aspetti quantitativi:** quanto acquista (per quantificare i volumi di produzione), dove, come e perchè acquista (per la finalizzazione della strategia commerciale)*

***aspetti qualitativi:** quando insorge il bisogno di quel bene/servizio, come viene soddisfatto ad oggi, quali sono le caratteristiche che il cliente si aspetta il prodotto abbia e quali di queste considera nel processo d'acquisto*



Concorrenza

cosa indagare

Profilo dei concorrenti

Caratteristiche dell'offerta

Risultati raggiunti e fattori di successo





Strategia aziendale

elementi della strategia di marketing

il prodotto

il prezzo (politica di prezzo)

la distribuzione

la comunicazione:





Organizzazione



l'organizzazione deve essere strutturata in maniera tale da facilitare il raggiungimento degli obiettivi aziendali

Le risorse e i profili necessari per l'attività aziendale devono essere identificati

Management



Le “persone chiave”: *vanno individuati i ruoli dell’imprenditore e dei responsabili delle diverse aree; per ognuno si deve riportare, un breve curriculum vitae con le principali esperienze e le attività svolte*

Motivazioni ed aspettative dei proponenti



Previsioni economiche e finanziarie

Gli obiettivi di crescita previsti nel Business Plan devono essere coerenti con le risorse finanziarie disponibili e le strategie aziendali:

- *Piano degli investimenti*
- *Bilanci previsionali (almeno su tre anni)*
- *Piano delle fonti di finanziamento*

SWOT

L'analisi SWOT è uno strumento di pianificazione strategica usata per valutare i punti di forza (Strengths), debolezza (Weaknesses), le opportunità (Opportunities) e le minacce (Threats) di un progetto o in un'impresa laddove sia necessario prendere una decisione per raggiungere un obiettivo.





Temi Trattati

- Gli elementi di un Business Plan di successo;
- Il Business Planning: verifica dell'idea ed elaborazione del documento;
- Tips and Tricks



Temi Trattati

- Gli elementi di un Business Plan di successo;
- Il Business Planning: verifica dell'idea ed elaborazione del documento;
- Tips and Tricks



Errori frequenti

gli errori da non commettere

scarsa credibilità dell'idea o del progetto

- *Non sostenibilità del modello di business*
- *Mercato non interessante (o non argomentato)*
- *Assenza di argomentazione dei vantaggi competitivi*
- *Team non ben identificato*
- *Barriere non identificate*

Poca chiarezza/mancanza di affidabilità

Sovrastima dell'idea



Presentazione

Come presentare al meglio il tuo lavoro?

Redazione di un Executive Summary

Sinteticità del documento

Testo scorrevole e ben scritto

Comunicare i concetti in modo conciso ma chiaro

Utilizzare uno stile sobrio ma efficace

Formattazione



For more info or contact:

Alessandra Marchesini

a.marchesini@wit-team.com

Mobile 3471288806