



Approfondimento

L'idea d'impresa in funzione del mercato



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
CHIETI PESCARA



UNIONCAMERE



SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio

L'idea d'impresa in funzione del mercato

Introduzione

Capire **come avviare un nuovo progetto imprenditoriale** è un processo molto complicato che spesso può destabilizzare, creare confusione nella nostra mente.

Quando pensiamo di mettere in atto un'idea d'impresa, dobbiamo cercare di capire se essa può essere **realizzabile, innovativa e utile a risolvere un problema reale**. In questo processo, partire da una buona **analisi di mercato** si rivela fondamentale per capire se la nostra idea potrà essere di successo o meno.

In questa scheda, dunque, approfondiremo lo strumento dell'analisi di mercato e la sua importanza per la decisione di avvio di una nuova attività d'impresa.



L'idea d'impresa in funzione del mercato

L'analisi di mercato

L'analisi di mercato è il principale strumento per la creazione di una strategia di business vincente. Proprio per questo è importante capire cos'è e come poterlo sfruttare.

Che cosa si intende per analisi di mercato? Si tratta, sostanzialmente, di un processo di **raccolta di informazioni sui bisogni e sulle preferenze dei consumatori**. Uno step fondamentale che dovrebbe precedere l'avvio di un'impresa, l'impostazione di una qualsiasi strategia aziendale e di marketing, o la richiesta di un sostegno finanziario.

In poche parole, **senza l'analisi di mercato è impossibile intraprendere e pianificare qualsiasi attività imprenditoriale**.



L'idea d'impresa in funzione del mercato

L'analisi di mercato

Attraverso l'analisi sarà possibile **ottenere informazioni** dal mercato stesso e capire come orientare le proprie scelte imprenditoriali in merito, per esempio, alla tipologia di prodotto o servizio, alla determinazione del prezzo o al gradimento del cliente.

L'analisi prende in considerazione il mercato come **punto di incontro tra domanda e offerta**: da un lato il consumatore (domanda) con i suoi bisogni, dall'altro il venditore (offerta) che deve capire che tipo di bene o servizio produrre e a quale prezzo.

Nell'analisi di mercato viene presa in considerazione anche un altro elemento fondamentale di valutazione: la **concorrenza**. Anche prendere esempio e sfruttare l'esperienza realizzata dai **competitors** può essere determinante per orientare la propria strategia aziendale.



L'idea d'impresa in funzione del mercato

L'analisi di mercato

L'analisi di mercato permette all'azienda di:

- valutare le **potenzialità** del bene o servizio da immettere nel mercato di riferimento;
- definire le **modalità di lancio** e il **prezzo** del prodotto/servizio;
- analizzare la **concorrenza** per capire come distinguersi e come sfruttare l'esperienza di chi è già nel mercato;
- pianificare la **strategia aziendale** e definire le azioni di **marketing**;
- verificare l'efficacia dei **canali di distribuzione** e delle **azioni commerciali**;
- misurare la **customer satisfaction**;
- prevedere i **cambiamenti del mercato** e del settore in cui l'azienda opera per potere rispondere in maniera tempestiva alle mutate condizioni e alle nuove esigenze del target di riferimento.



L'idea d'impresa in funzione del mercato

Il processo di verifica di fattibilità

Partendo dall'idea bisogna procedere mettendo in atto un **processo di verifica**.

La prima verifica è rappresentata dall'**analisi di pre-fattibilità**, che, se necessario, potrebbe portare a una prima revisione dell'idea stessa, prima di implementarla a tutti gli effetti.

I **fattori** che potrebbero influire sul successo della nostra idea, dunque, potrebbero essere la **presenza di imprese concorrenti**, la **localizzazione** dell'iniziativa, l'**andamento del mercato**, la **copertura finanziaria dell'investimento** e così via.

Dalle informazioni raccolte durante l'analisi di pre-fattibilità dell'idea, sarà possibile elaborare un **business plan** o piano d'impresa, che faccia da test per capire se è davvero possibile avviare la nostra idea.



L'idea d'impresa in funzione del mercato

Il processo di verifica di fattibilità

Il **business plan** ci consente di verificare se la nostra idea imprenditoriale avrebbe un mercato e se il prodotto o servizio che vorremmo offrire, potrebbe essere acquistato dal consumatore e a quale prezzo.

Sarà sempre il mercato di riferimento (**target**), quindi il cliente, a stabilire se la nostra idea sia geniale, innovativa, o meno.

Conclusioni

Possiamo affermare che un'idea è realizzabile quando propone prodotti o servizi effettivamente richiesti dal mercato; che una volta conosciuti il mercato, il settore, il target di riferimento, i competitors, le necessità dei consumatori, l'imprenditore avrà la capacità di orientare il suo business e potrà stabilire le basi per un'impresa che voglia funzionare e consolidarsi nel tempo, attraverso le strategie aziendali e le adeguate azioni di marketing e di comunicazione.

