

Il business plan

Azienda speciale Centro Italia CCIAA Rieti Viterbo

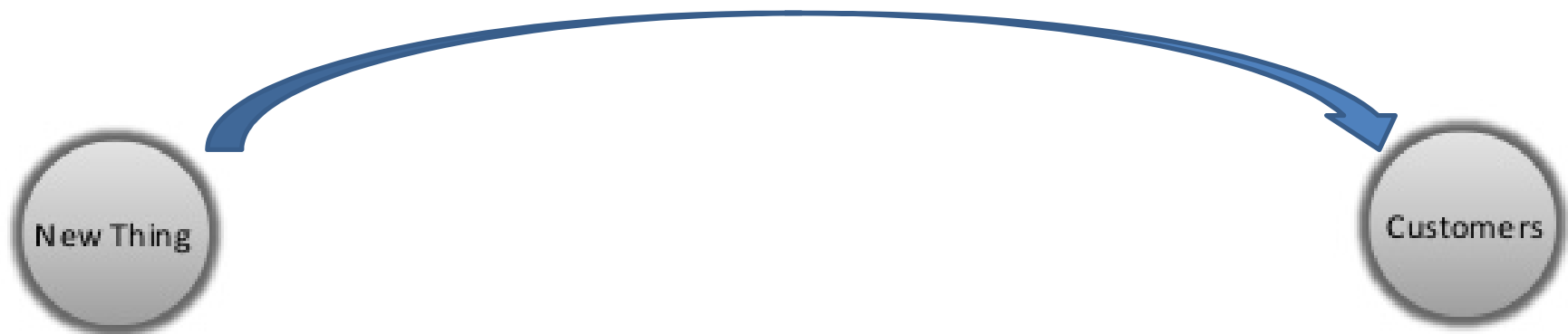
Contenuti

Go to market strategy

Business plan

Go to market strategy

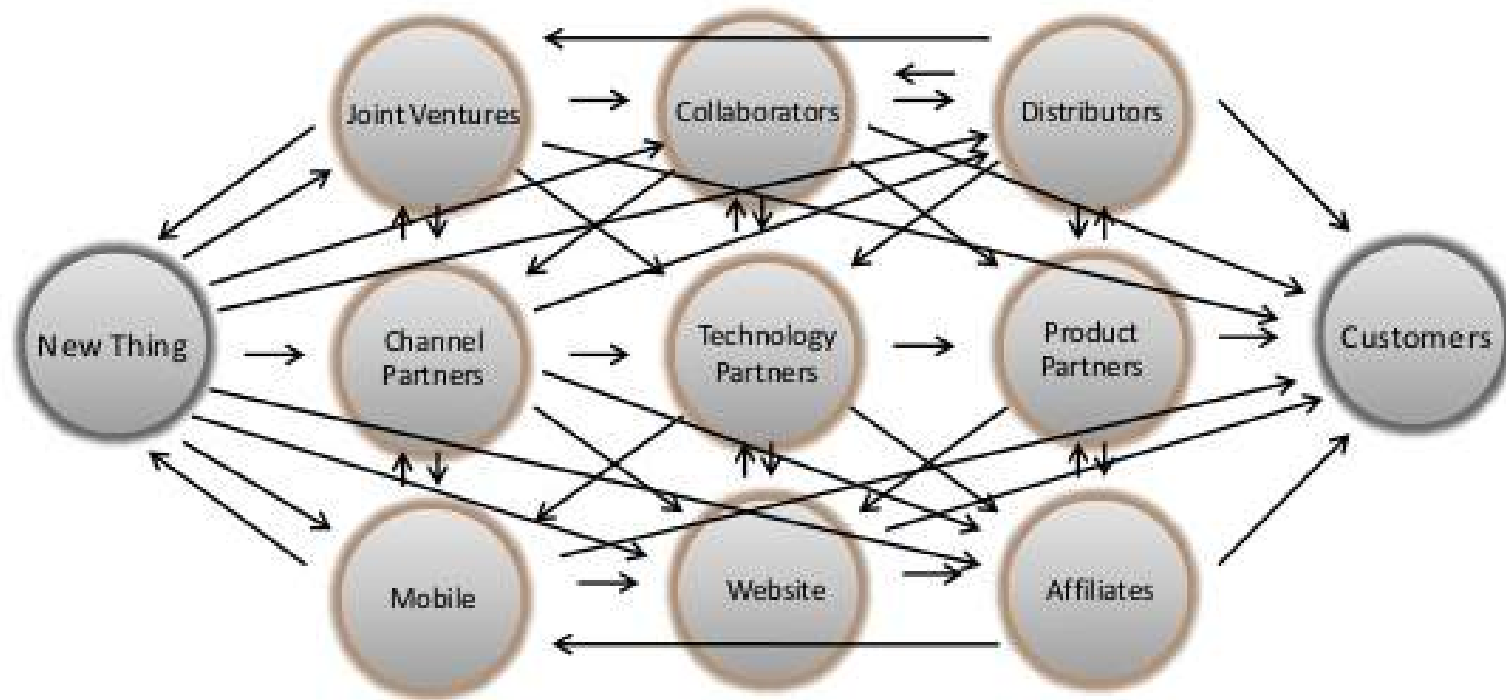
È l'individuazione di quel percorso ottimale che parte dallo sviluppo di un prodotto/servizio e ci consente di arrivare ai nostri clienti, dopo una serie più o meno articolata di relazioni e di rapporti da definire con alcuni soggetti.



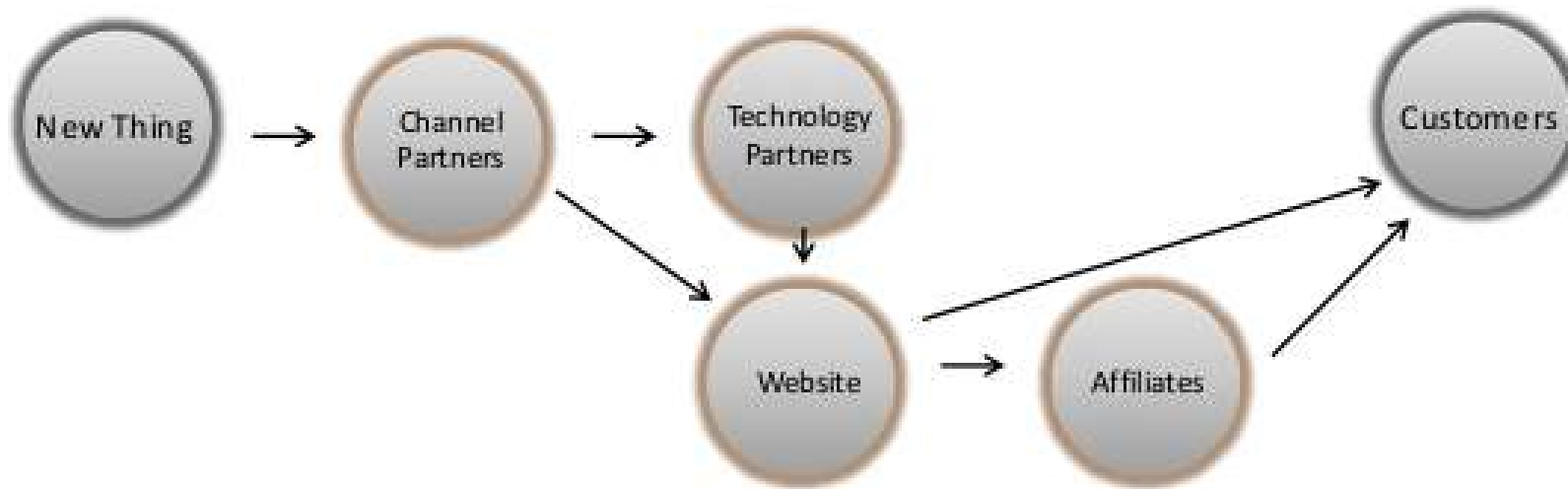
Con chi dobbiamo interagire?



Quali sono i possibili contatti?



E questo è un possibile punto di arrivo



Abbiamo bisogno di un processo ...



Ridurre il time to market

Ridurre i costi della fase di sviluppo

Ridurre il rischio di una cattiva reputazione

Aumentare la capacità di adattarsi rapidamente ai cambiamenti del mercato

Essere sicuri della conformità alle norme

Accrescere l'esperienza dei clienti

Coniugare innovazione e affari

Approfondimento: the value proposition



La domanda alla quale gli imprenditori sono chiamati a rispondere è: “**perché i clienti dovrebbero scegliere il nostro prodotto / servizio?**”

La definizione della Value Proposition pone l'accento sulla necessità di trasferire ai clienti non solo il singolo prodotto o servizio, quanto piuttosto VALORE effettivo e differenziante.

... e di una mappa



A voi la parola!

Descrivete la vostra **Market Value Proposition** e ...



Sintetizzate la **Go-To-Market Strategy**



Il business plan

Il Business Plan è un documento che consente all'imprenditore di:

- fornire una guida strategica,
- capitalizzare i punti di forza e gestire al meglio i punti di debolezza dell'azienda,
- individuare i fattori chiave per il raggiungimento degli obiettivi prefissati,
- aiutare a reperire mezzi finanziari necessari per la crescita (Private Equity, IPO, Business Angels ed altri finanziamenti),
- stabilire importanti accordi commerciali con partner (clienti, fornitori, distributori).

Il business plan: **executive summary**

È la sezione più importante del Business Plan, poiché rappresenta la sintesi del progetto imprenditoriale. Sulla base di questa sezione, l'investitore deciderà se procedere o meno nella lettura approfondita delle altre sezioni del piano.

Pertanto è importante riportare in modo chiaro e conciso le informazioni di maggiore rilievo sull'azienda e sui traguardi da raggiungere in termini economici e finanziari:

Società, core business, mercato, dati finanziari, management.

Il business plan: la società

Descrizione approfondita della società, dei suoi obiettivi di breve e lungo termine, dei punti di forza e di debolezza e dei fattori di successo.

In quale settore opera l'azienda?

Quali sono gli obiettivi della società?

Quali sono i fattori critici di successo della società?

Quali sono i successi già conseguiti e i punti di forza della società?

Quali sono state le difficoltà e i punti di debolezza?

Altre informazioni generali, se pertinenti.

Il business plan: il core business

Descrizione e illustrazione approfondita dei prodotti/servizi attuali e ai piani per il futuro. È consigliabile specificare se i prodotti/ servizi sono pronti per l'immissione sul mercato o, in caso contrario, indicare il time to market (tempo necessario al lancio del prodotto sul mercato).

Descrizione della proprietà industriale

Vantaggio competitivo

Ciclo di vita del prodotto/servizio

Descrizione della produzione, dei costi e delle politiche di prezzo

Descrizione del portafoglio clienti

Materiali /componenti utilizzati e rapporti di fornitura

Trend di vendita

Il business plan: Analisi di settore

Spiegare il motivo per cui i prodotti/servizi daranno alla società un vantaggio competitivo sostenibile nel mercato.

Descrizione delle dinamiche competitive del settore

Quali sono le barriere all'entrata e allo sviluppo del settore

Influenza dei cambiamenti economici sul settore

Ruolo svolto dall'innovazione e dai cambiamenti tecnologici

Impatto della regolazione pubblica

Principali clienti, fornitori, prodotti sostitutivi

Rapporti di forza relativi rispetto alla società

Il business plan: Analisi di mercato

Analisi della concorrenza e definizione del posizionamento della società rispetto agli altri player; evidenziare le opportunità per la società di raggiungere gli obiettivi prefissati.

Qual è il mercato target e la clientela specifica

Dimensioni del mercato e sua segmentazione

Trend e fase economica del mercato

Chi sono i concorrenti

Chi sono i clienti e quali sono le loro preferenze di prodotti/servizi e le motivazioni all'acquisto?

In che modo avviene la distribuzione nei mercati target?

Quali sono le vendite, i margini e l'EBITDA della società

Attuale quota di mercato

Il business plan: strategia di marketing

Descrizione e approfondimento dei metodi di distribuzione dei prodotti/servizi e alle strategie necessarie a tal fine.

Qual è il mercato target

Quali sono i gruppi di clienti target

Qual è il segmento di mercato più adatto per i prodotti/servizi

Analisi dei servizi offerti dalla concorrenza

Vantaggi e svantaggi geografici propri

Come si costruirà una propria credibilità sul mercato

Qual è la strategia dei prezzi

Definire le condizioni di pagamento per i clienti

Che tipo di garanzie si offrono

Su quali aspetti del prodotto/servizio si punta il lancio

Su quale immagine aziendale si punterà

Investimenti in pubblicità e pubbliche relazioni

Canali distributivi

Come verrà gestito il servizio di assistenza clienti

Formazione del proprio personale (per prodotti/servizi complessi)

Politiche di retribuzione del personale

Il business plan: struttura del management

La presenza di un management solido è assolutamente fondamentale agli occhi del potenziale investitore. È consigliabile dare risalto alle esperienze del management e, per le start up, sottolineare il grado di forte motivazione.

Presentazione dei componenti chiave del Management (titoli di studio, specializzazioni, esperienza)

Individuare le funzioni aziendali critiche e presentare le persone cui sono affidate

Definire la politica decisionale e gestionale

Il business plan: piano operativo

Elencare le azioni e le attività, suddivise per funzione aziendale, necessarie per raggiungere gli obiettivi della società. E' necessario includere la tempistica di ogni attività pianificata, indicando i tempi d'inizio e di fine attività.

Attività di Ricerca & Sviluppo

Strutture per la produzione

Fabbisogno di risorse umane

Produzioni in outsourcing

Investimenti necessari

Controllo qualità

Processi organizzativi

Controllo scorte

Il business plan: i capitali

Per un potenziale investitore questa sezione sarà basilare per capire l'esborso finanziario richiesto.

Qual è l'importo totale dei fondi necessari al piano di sviluppo e qual è l'importo richiesto dalla società all'investitore finanziario?

Qual è il "timing" di utilizzo dei capitali richiesti nei prossimi anni?

Quale percentuale della società si intende cedere e quali sono il tasso di rendimento implicito e la strategia di uscita proposti agli investitori?

Qual è il tasso d'interesse proposto dalla società e quali sono i tempi di rimborso?

Il business plan: le informazioni finanziarie

È consigliabile presentare proiezioni triennali e mensili per il primo anno (budget).

Conto economico

Stato patrimoniale

Flussi di cassa

Dati sintetici (indici)

MOL (margine operativo lordo previsto)

Il business plan: informazioni specifiche del settore

Per offrire ulteriori informazioni agli azionisti della società e agli investitori esterni, è consigliabile fornire informazioni supplementari specifiche del settore, da allegare al piano di base.

Settore high tech

Settori manifatturieri

Servizi

Rivendita al dettaglio

Export

Il business plan: informazioni supplementari

Per dare maggior credito alla proposta della società nei confronti degli investitori, si possono allegare ulteriori documenti.

Dati dalle analisi di mercato

Descrizioni circa lo sviluppo dei prodotti/servizi

Presentazione di campagne pubblicitarie

Clienti già acquisiti

Accordi commerciali

Etc.

Sviluppiamo il business plan: armiamoci di carta e penna o di un foglio di calcolo

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1			SI HA:		SI VUOLE:					MAX	NUOVE	AGGIUNGERE
2			*****		*****						QUANTITA'	QUESTE
3	cc. >		1.000,00	<						1,25	IN TOTALE	QUANTITA'
4										----		cc.
5	olio >		15,00	<	150,00	>	25,00	<	250,00	0,60	312,50	162,50
6	nitro >		10,00	<	100,00	>	8,00	<	80,00	1,25	100,00	0,00
7	alcool >		75,00	<	750,00	>	67,00	<	670,00	1,12	837,50	87,50
8 >			<	0,00	>		<	0,00	0,00	0,00	0,00
9												
10			100,00		1.000,00		100,00		1.000,00		1.250,00	250,00
11												
12												
13												
14												
15			N.B. Inserire i dati in c.c. tra le > < nella cella									
16			Inserire i dati in % tra le > < nelle celle									
17												
18												
19			Verificare i totali delle percentuali in									
20												
21												



Sviluppiamo il business plan: i COSTI

Ricerca e sviluppo

Produzione

Costi per la commercializzazione

Marketing

Amministrazione

*costi di start up societario, sede, attrezzature e servizi collegati,
admin person, consulenze, banca, segreteria,*

Sviluppiamo il business plan: i RICAVI

Definiti partendo dagli investimenti fatti nel marketing

- da web marketing
- da SEO
- da fidelizzazione
- da pubblicità
- da rete di agenti
- etc.

Sviluppiamo il business plan: il MOL

Il Margine Operativo Lordo, spesso usato con l'acronimo MOL, è il primo margine che si trova nel conto economico.

Indica il risultato lordo della gestione ordinaria della società, ossia i ricavi meno i costi, senza prendere ancora in considerazione gli oneri/interessi finanziari, gli ammortamenti e le imposte.

Il corrispondente inglese è EBITDA.

Sviluppiamo il business plan: i FLUSSI FINANZIARI

Iniziamo con il dire una cosa abbastanza ovvia, ma che ovvia non è:

“qualsiasi operazione aziendale comporta un impiego o un disimpiego di risorse finanziarie”.

“qualsiasi cosa si fa in azienda, essa assorbe o libera risorse finanziario-moneterie”.

Semplice, no!!!

E tutti questi movimenti di risorse finanziario-moneterie devono essere riepilogati all'interno di un documento che mostra i movimenti in entrata e in uscita delle risorse in un arco temporale definito.