



# DALLA BUSINESS IDEA AL BUSINESS PLAN

# LA BUSINESS IDEA

È il primo capitolo del business plan rappresentato dall'**idea imprenditoriale in cui** è sintetizzato il settore in cui il progetto di impresa si inserisce, i prodotti o servizi che intende offrire sul mercato, un'indicazione del modello di business e dei potenziali clienti. Ciascuno di questi aspetti viene successivamente approfondito nel business plan, ma è opportuno fornirne già da subito un'idea complessiva.

# IL BUSINESS PLAN

È un documento che descrive in modo analitico e chiaro tutti gli aspetti rilevanti del progetto d'impresa, e comprende:

L'analisi descrittiva del progetto che deve essere il più possibile accurata e precisa poiché rappresenta l'aspetto essenziale del business plan.

La rappresentazione economica finanziaria, cioè lo strumento per tradurre le idee in numeri.

# L'ANALISI DESCRITTIVA

Può essere strutturata in:

- Sintesi o executive summary
- Analisi del contesto interno
- Analisi del contesto esterno
- Definizione di un piano di marketing

# L'ANALISI QUANTITATIVA

È la predisposizione del documento di valutazione economico-finanziaria e comprende alcuni prospetti contabili.

- Il preventivo tecnico
- Il preventivo economico
- Il preventivo finanziario

# SINTESI O EXECUTIVE SUMMARY

Ha l'obiettivo di presentare una sintesi dell'intero business plan al lettore.

E' opportuno che nell'executive summary si metta in evidenza gli aspetti maggiormente positivi o di maggior rilievo che emergono dal business plan.

Generalmente l'executive summary viene scritto una volta completato il business plan.

# ANALISI DEL CONTESTO INTERNO

Comprende:

Scelta della forma giuridica

Reperimento dei finanziamenti: fonti interne e esterne

Organigramma

Descrizione del progetto

La mission aziendale

# ANALISI DEL CONTESTO ESTERNO

Con riferimento a:

Analisi della domanda e del mercato

Studio della concorrenza

Analisi geografica e ambientale.



# PIANO DI MARKETING

Si definiscono gli obiettivi e le strategie per soddisfare la clientela.

Comprendere l'importanza del cliente non solo per soddisfare i suoi bisogni e le sue aspettative, ma per sviluppare un solido rapporto relazionale, quindi dal marketing tradizionale al marketing relazionale, emozionale e dello spirito.

# STRATEGIE

Analisi del mercato: analisi SWOT, ciclo di vita del prodotto e matrice di Boston

Strategie di marketing differenziato, indifferenziato e concentrato.

Marketing mix: prodotto, ambiente, personale, prezzo distribuzione comunicazione e promozione.

Posizionamento del mercato: per ottenere uno spazio di mercato identificabile e difendibile in un ambiente competitivo.

Web Marketing: strategie applicate alla rete per ottimizzare la vendita dei prodotti.

# PROSPETTI CONTABILI

Allegati

**Preventivo tecnico:** per determinare le modalità di acquisizione delle immobilizzazioni,

**Preventivo economico:** è un conto economico previsionale con una stima del risultato economico in condizioni di normalità della gestione

**Preventivo finanziario:** per determinare il fabbisogno finanziario per gli investimenti sia nel capitale fisso, che nel capitale circolante.

# START UP

## **Valutazione del progetto e la fase dello start up**

Se il risultato economico previsto è positivo si può iniziare la fase dello start up, altrimenti se i dati rilevano un risultato non remunerativo si dovrà necessariamente modificare, cambiare alcuni dati nei preventivi al fine di raggiungere risultati soddisfacenti, se questo non è possibile il progetto sarà accantonato.