

# Extra life: Business Plan Development, Business Model Canvass, Strategic forms

## Module 5

### Part 1



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Risultati di apprendimento

Alla fine di questo modulo sarai in grado di:

- Descrivere la tua idea di un Business Plan sociale sia tradizionale che Canvas
- Intraprendere l'analisi di mercato analizzando potenziali clienti e concorrenti



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Che cos'è un Business Plan?

Il business **plan** è un documento, strutturato secondo uno schema preciso, che sintetizza i contenuti e le caratteristiche di un progetto imprenditoriale.

In sintesi il suo scopo ultimo è capire se l'idea di business è realizzabile o no. Inoltre se il Business Plan è realizzabile, come si può realizzare, con quali risorse e in che tempi?



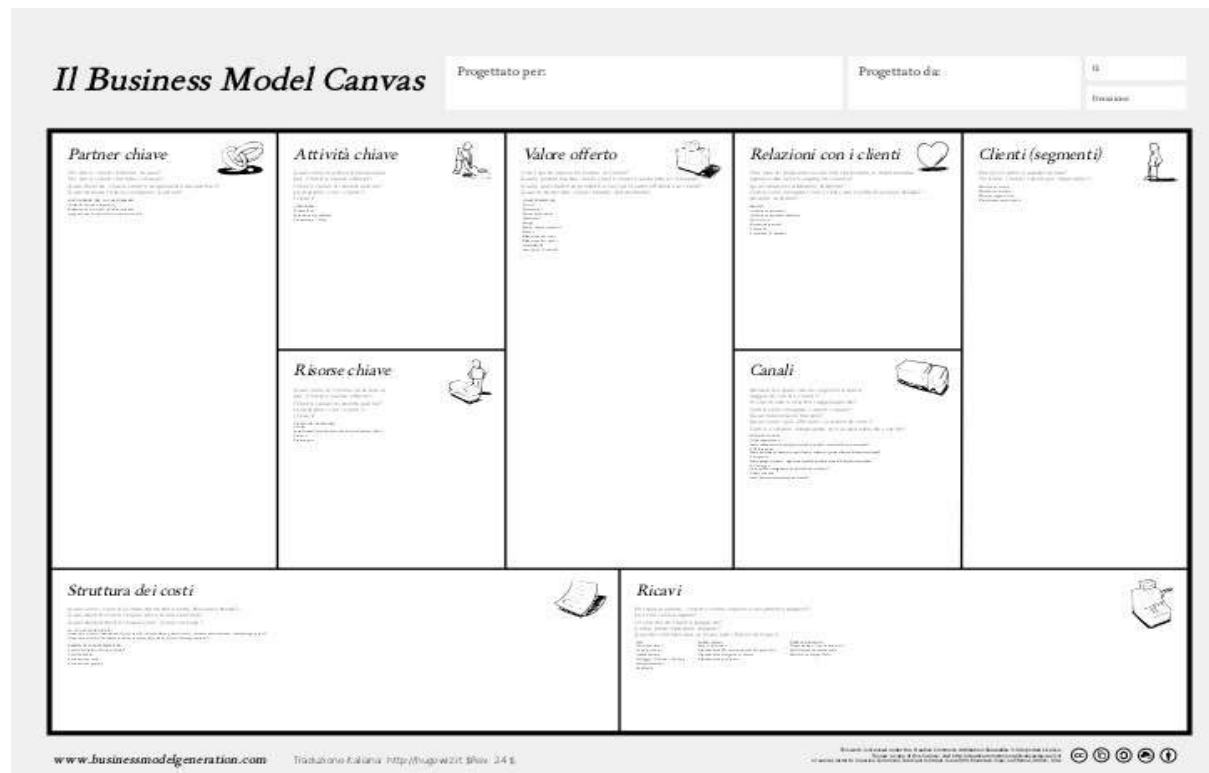
Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Quanti modelli di Business Plan esistono?

1. Il **Business Model Canvas** è uno strumento strategico che attraverso il linguaggio visivo aiuta a creare e descrivere qualsiasi modello di business. Utilizzando una suddivisione grafica in 9 blocchi tematici – che rappresentano i 9 elementi costitutivi fondamentali dell'azienda – il **Business Model Canvas** consente di rappresentare visivamente il modo in cui un'azienda crea, distribuisce e cattura valore.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Quanti modelli di Business Plan esistono?

2. Il **Business Plan (tradizionale)** invece è un documento molto più complesso ed articolato; Indica che cosa, quanto tempo e quanti soldi servono per mettere in pratica il modello di business. In questo senso il Business Plan traduce qualitativamente e quantitativamente, attraverso le tabelle di conto economico, stato patrimoniale e rendiconto finanziario prospettici, le idee, la strategia e le intuizioni, le assunzioni elaborate in fase di creazione del proprio business model. In sostanza sono due documenti diversi, il primo consequenziale al secondo, quindi, prima sarebbe bene progettare il **Business Model Canvas**, e soltanto dopo si può pensare a redigere il Business Plan.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# CHI LO PREPARA?.....

Lo scenario classico che prevede l'elaborazione di un **business plan** è quello delle start-up sociale, per il quale, questo documento fornisce informazioni significative sull'idea imprenditoriale che si vuole realizzare.

Ma il business plan è utilizzato anche da imprese sociali già esistenti, che lo utilizzano per:

- 1.gestire e guidare il proprio business;
- 2.affrontare i cambiamenti che si presentano sul mercato;
- 3.approfitte delle nuove opportunità che si presentano.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

S U Y S E

Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# ..... E PER CHI?

I destinatari del **business plan** sono invece diversi soggetti. Prima di tutto il business plan viene redatto per coloro che possono finanziare una start-up o un'impresa già esistente. Tra questi soggetti troviamo: banche; venture capital; consorzi di garanzia; Business Angels; seguaci di un determinato progetto con finalità sociali.

Inoltre il business plan può essere elaborato per convincere un'azienda che opera nello stesso settore della tua start-up ad intraprendere una joint venture, oppure anche per poter partecipare a gare tra diverse start-up il cui premio è l'assegnazione appunto di un finanziamento di un importo predeterminato.

Infine, ma non per ultimo, il business plan viene redatto per aiutare un imprenditore sociale a gestire in modo più efficace e consapevole la stessa.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Da quali sezioni è composto il business plan?

**Il business plan è composto da 3 parti principali:**

Il primo è il **concetto di business**, in cui si presenta la struttura aziendale, il prodotto/servizio che s'intende realizzare e come si prevede di raggiungere gli obiettivi prefissati.

La seconda è la **sezione del mercato**, in cui si descrivono e analizzano i potenziali clienti: chi e dove sono, quanti sono, oltre a tutte le informazioni che riusciamo a raccogliere sul loro stile di vita, aspettative, etc. In questa sezione si descrive anche la concorrenza e come posizionarsi rispetto ad essa.

Infine, il **Piano Marketing, l'Analisi SWOTT, la descrizione del TEAM di progetto e la sezione finanziaria che contiene il Conto Economico** (Analisi finanziari di costi e ricavi nonché del break-even point).



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

S

U

Y

S

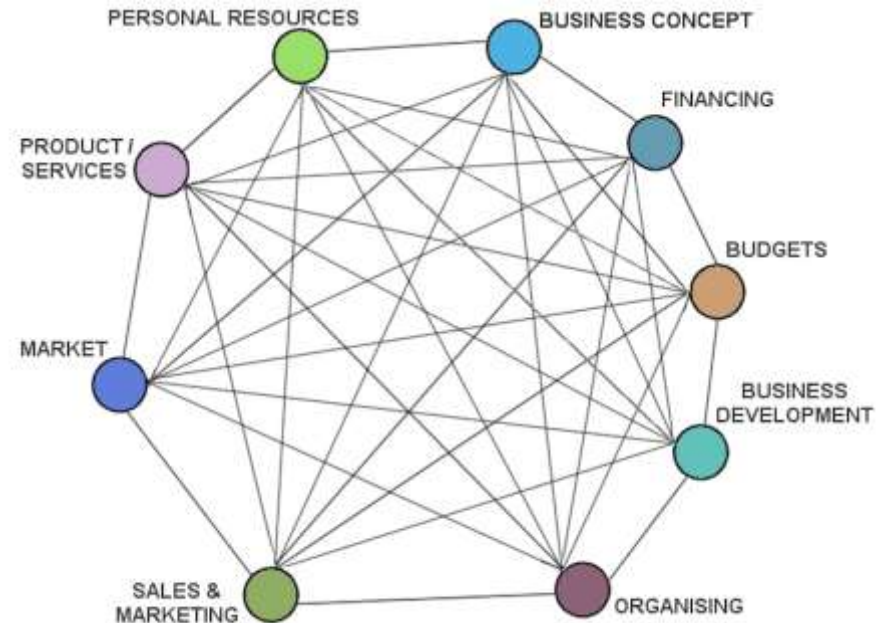
E

Starting Up Young Social  
Entrepreneurship



# Le sezioni che compongono il business plan

1. Sintesi idea imprenditoriale
2. Mission
3. Descrizione del servizio o prodotto offerto
4. Target di Mercato (Clienti)
5. Analisi Competitiva (Competitors di mercato)
6. Piano Marketing
7. Analisi Swot
8. Team
9. Analisi Economica e Finanziaria



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# 1. Sintesi idea imprenditoriale

La sintesi del business plan prevede un riassunto del progetto che si intende realizzare. La descrizione della parte introduttiva del Business Plan è il «Biglietto da visita» che dovrebbe stimolare, in chi lo legge, il desiderio di lettura del Business Plan stesso. La descrizione dell'idea imprenditoriale dovrebbe essere **SINTETICA** ma allo stesso tempo **CHIARA e COMPRENSIBILE**.

E' cruciale capire che il Business Plan non è destinato solo a dei tecnici esperti dell'argomento oggetto dell'idea imprenditoriale, ma anche a soggetti «Non addetti ai lavori» che a vario titolo sono coinvolti nell'iniziativa Imprenditoriale.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

## 2. Mission

Questa è la sezione dedicata alla descrizione più approfondita della società, sezione con la quale si apre il vero cuore del business plan.

La sezione ha lo scopo di illustrare la natura dell'impresa descrivendone le caratteristiche fondamentali, partendo dalla Mission (che non è semplicemente fare denaro/profitto - vedi Imprese Sociali), passando dalla esposizione degli obiettivi di breve, medio e lungo termine, fino ad arrivare al tipo di società, data di costituzione, forma giuridica, investitori, amministratori ed l'organigramma. In questa sezione deve emergere, ad esempio, se l'impresa è industriale, sociale, di servizi, qual è l'offerta che mette in atto e quale livello di sviluppo è stato finora raggiunto. E' in questa parte del business plan che si spiegano gli obiettivi da raggiungere, che naturalmente devono essere realistici, realizzabili e al tempo stesso in grado di attrarre l'attenzione dei potenziali finanziatori. In più, nel caso dell'impresa sociale, lo scopo ultimo avrà per oggetto la produzione e lo scambio di beni e servizi di utilità sociale.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# 3. Descrizione del servizio o prodotto offerto

Questa sezione è dedicata alla descrizione dei prodotti/servizi offerti dall'impresa, alla loro illustrazione approfondita ed ai piani per il futuro. E' necessario specificare se i prodotti/servizi sono già esistenti e commercializzati, pronti per l'immissione sul mercato (indicando la data di lancio) o, nel caso in cui i prodotti siano in elaborazione (indicare il time to market). In questa sezione, inoltre, si dovranno elencare le caratteristiche distintive del prodotto (es. marchio, brevetto) o le possibili fonti di vantaggio competitivo che dovranno chiaramente essere dettagliatamente descritte. Qui essere tecnici non è male, dimostrerete di essere del campo. E' utile anche indicare cosa vi permetterà di entrare in un mercato consolidato (se tale è il mercato a cui ci si appropria) da «New Comers" e nonostante questo essere competitivi. E' molto importante in questa fase di scrittura del business plan che la start-up metta in evidenza le caratteristiche che differenziano i prodotti/servizi offerti rispetto ai quelli offerti dalla concorrenza. Per poter far questo bisogna conoscere molto bene le imprese che sono già presenti sul mercato di riferimento ed analizzare come queste "lavorano". Solo così si è in grado di poter proporre prodotti/servizi nuovi che attirino l'attenzione del potenziale cliente.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# 4. Target di Mercato (Clienti)

Questa sezione risponde alle seguenti domande:

**Dove opereremo?**

**Che caratteristiche ha il mercato in cui entriamo?**

**Chi sono i nostri clienti?**

L'analisi di mercato è fondamentale per capire come i fattori decisionali veicolano la scelta d'acquisto dei potenziali clienti. Spesso una delle complicazioni che si presentano nella redazione un business plan, è proprio la difficoltà di accedere ai dati del mercato specifico o ancora la non esistenza di dati precisi e univoci sulle scelte dei potenziali clienti. In questa sezione si illustreranno le caratteristiche dei potenziali clienti a cui ci si rivolge e quale loro problema si vuole risolvere. Per individuare il TARGET di clientela a cui offrire i prodotti/servizi è opportuno scegliere dei criteri di segmentazione che consentono di identificare il cliente in termini di età, sesso, abitudini e comportamento d'acquisto, potere d'acquisto, etc. La scelta dei criteri di segmentazione dipende dalla tipologia di prodotto/servizio offerto illustrato precedentemente.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# 5. Analisi Competitiva (Competitors di mercato)

Questa sezione risponde alle seguenti domande:

**Chi sono i nostri concorrenti nella fetta di mercato in cui vogliamo entrare?**

L'analisi della concorrenza è una componente essenziale della strategia aziendale. Circoscritto il mercato in cui si vuole operare, se si vuole eseguire una buona analisi della concorrenza, si deve prima di tutto individuare e selezionare con grande cura le aziende specializzate nella vendita degli stessi prodotti/servizi; dopo aver raccolto quante più informazioni possibili sui competitors, si può procedere con la analisi riordinando, elaborando ed ri-analizzando in modo scrupoloso tutti i dati reperiti attraverso diversi canali: Web; ecc.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

This project has been funded by the European Union, under de Programme Erasmus+ KA2 Strategic Partnerships



"This document reflects the views only of the authors, and the Education, Audiovisual and Culture Executive Agency and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship