

Modulo 3

Sviluppo del prodotto e pianificazione

Lezione 2



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Risultati di apprendimento

Dopo aver completato il modulo, sarai in grado di:

RA1 – Capirne di più sulle risorse che saranno necessarie per fare impresa

RA2 – Sviluppare le abilità per poi progredire con le idee ed espandere e far crescere un'idea d'impresa

RA3 – Capire come rendere l'idea una realtà

Cosa possiamo fare per generare profitto?



Generare profitto è cruciale in quanto abbiamo bisogno di redditività e denaro per far sopravvivere l'impresa sociale.

Ci sono molte cose importanti che devi considerare una volta che hai sviluppato il tuo prodotto e lo vuoi portare avanti. È importante il budget. E' necessario spenderci un po' di tempo all'inizio, analizzando quanto a disposizione ed impostando un piano.

Una volta che hai il tuo budget, devi cominciare a pensare a tirar fuori la tua idea. A questo punto potresti prendere in considerazione la possibilità di partecipare a workshop e seminari per condividere le tue idee. Anche le fiere commerciali sono una fantastica opportunità per condividere la tua idea con persone affini. Anche se inizialmente può essere costoso, se il tuo prodotto risulta essere popolare ed interessante, ti ripagherà.

È anche importante analizzare quale tecnologia hai a disposizione per lanciare il tuo prodotto al pubblico. Questo può portare ad opportunità con investitori che potrebbero voler supportare finanziariamente il tuo prodotto. Man mano che il tuo prodotto inizia a crescere, devi prendere in considerazione «gli spazi»: hai bisogno di prendere in locazione uno spazio o hai uno spazio che puoi affittare ad altri per generare ulteriori guadagni?



I Vantaggi delle fiere

Le fiere sono generalmente rivolte a un settore e a persone coinvolte o interessate a quel mercato. Esporre ad una fiera può essere un ottimo modo per fare pubblicità in un dato mercato di riferimento e creare consapevolezza del marchio.

Le mostre sono aperte a un pubblico ampio e talvolta diversificato (di solito il pubblico in generale). Questo ti fornisce una piattaforma per promuovere il tuo prodotto o servizio ad un gruppo più ampio che potrebbe avere poca o nessuna conoscenza dei tuoi prodotti e servizi.

A seconda del tipo di attività, i test di prodotto e di mercato possono essere effettuati in fiere e mostre espositive per ottenere un'opinione di settore e/o generale sulla tua offerta.

Essere coinvolti in una fiera o in una mostra può offrirti l'opportunità di espanderti nel settore commerciale del «business-to-business» e crearti un database clienti a partire dai visitatori alla tua esposizione.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S U Y S E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Rischi delle fiere



È inoltre importante assicurarsi di aver effettuato ricerche approfondite prima di partecipare ad una fiera o un'esposizione; se hai un business advertiser discutine con lui. Vi sono dei rischi e devi essere consapevole di questi rischi nelle fasi di pianificazione:

- Le fiere richiedono almeno un giorno e probabilmente più del tempo che hai a disposizione.
- Viaggiare per fiere può essere costoso.
- Anche l'esposizione in una fiera può essere costosa.
- Ci sarà probabilmente un bel po' di concorrenza in tutti gli eventi a cui parteciperai.
- Scegliere una fiera sbagliata per esporre prodotti o servizi della tua azienda può comportare l'esposizione ad un pubblico sbagliato.
- Una scarsa promozione può comportare che i costi di partecipazione alla fiera superino le eventuali entrate.

Realizzarlo



Abbiamo bisogno di essere **organizzati** e di avere un piano che sia **oggettivo** - abbiamo un chiaro obiettivo di ciò che vogliamo ottenere con il nostro prodotto. Il nostro piano deve avere una **strategia** su come raggiungere questo obiettivo e dobbiamo considerare anche l'**aspetto economico**. Si consiglia di verificare il budget e i numeri su base giornaliera per evitare spese e lavoro eccessivi, fallendo prima ancora avere veramente iniziato. Lanciare il tuo prodotto sul mercato, è importante, è quel processo chiamato **marketing**. Questo richiederà il tuo tempo e la tua pazienza, ma soprattutto la tua passione per il prodotto.

È importante che tu abbia chiaro il tuo piano al fine di permetterti di condividerlo con gli investitori; se non sei sicuro, se non ti appassioni e non riesci a raggiungere il tuo obiettivo, insieme all'obiettivo dei costi complessivi, gli investitori non saranno interessati al tuo piano.

Come realizzarlo



Quando pensi al tuo prodotto, devi considerare come lo condividerai con gli altri e come lo **trasmetterai**. Perché il tuo prodotto è una buona idea?

Mostra ai tuoi clienti perché **non possono vivere senza** il tuo prodotto e in che modo questo può facilmente adattarsi a una routine quotidiana individuale – cioè...come hanno fatto senza il tuo prodotto fino ad ora?

Il tuo prodotto dovrebbe essere **problem free** – cioè...non dovrebbe richiedere ore e ore per assemblarlo e prepararlo al funzionamento e lo si dovrebbe poter usare giorno per giorno.

Il **Packaging e la presentazione** del tuo prodotto dovrebbero mostrarne facilmente i suoi vantaggi, non aspettare che i tuoi clienti si chiedano: cos'è questo?

Infine, vuoi ottenere un feedback reale dai tuoi clienti: permetti loro di provare il tuo prodotto, mostraglielo e consenti loro di **provarlo**, dimostrando che è privo di rischi e porta con sé un reale vantaggio competitivo. Affinché ciò avvenga, potresti prendere in considerazione un prototipo.

Dovrai anche prendere in considerazione le **risorse**: di quali altre competenze ho bisogno per aiutarmi a realizzarlo? Ho bisogno di altre persone con determinate competenze? Devo imparare io alcune nuove competenze o ho bisogno di risorse fisiche come maggiore spazio e più tempo?

Vantaggi dei Social Media



Per vendere il tuo prodotto puoi utilizzare i social media e favorire un approccio di vendita che dimostri i vantaggi e i benefici del tuo prodotto. Vi è anche l'opportunità di includere sconti a tempo limitato e nuove uscite con interessanti novità in arrivo.

È importante raggiungere un bilanciamento quando si utilizzano i social media:

70, 20, 10 è il perfetto bilanciamento.

Il 70% deve mostrare i preziosi benefici del tuo prodotto

Il 20% deve mostrare contenuti, feedback e recensioni di altre persone

Il 10% deve offrire promozioni/opportunità



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Prototipi e Risorse



I Prototipi sono importanti in quanto forniscono ai tuoi clienti un'opportunità di vedere e provare il tuo prodotto reale. È un'opportunità anche per te al fine di ricevere feedback preventive e sapere se il tuo prodotto risponde veramente alle richieste e ai bisogni dei clienti.

A seconda del tipo di prodotto, potresti creare un modello di vita reale per permettere ai tuoi clienti di sentire fisicamente e vedere questo nuovo concept in azione o, al contrario, potresti fornire dettagli del prototipo in cartaceo, quindi fatti e cifre che la tua idea fornirà.

Per ottenere tutto questo, potresti aver bisogno di risorse; queste possono essere risorse fisiche (altre persone che ti aiuteranno a raggiungere l'obiettivo) o potrebbero anche essere risorse formative (che includano un livello di conoscenza e competenza necessarie per supportare la tua idea e prodotto).



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

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



Disclaimer

"This presentation 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."