

## LA NASCITA DELL'IDEA IMPRENDITORIALE

La nuova impresa nasce da un'idea, da un'intuizione:

- La scoperta di una nuova tecnologia,
- L'espansione della domanda di un prodotto/servizio,
- La modificazione dei gusti e delle propensioni d'acquisto dei consumatori,
- Il successo di altre imprese,
- L'individuazione di un bisogno e di una carenza del mercato.

Da questa intuizione, deve partire un processo organizzato di verifica dell'idea. Questo processo di analisi porta alla redazione di un piano di fattibilità o business plan per verificare se l'idea imprenditoriale ha un mercato e se il prodotto/servizio può essere acquistato dal consumatore e a che prezzo.

Da questo progetto di impresa emergeranno:

- ⊗ Le caratteristiche tecniche che avrà il prodotto/servizio
- ⊗ Le tecnologie/attrezzature necessarie
- ⊗ Il tipo di mercato che si intende servire
- ⊗ L'immagine che si vuole dare all'impresa
- ⊗ Le politiche promozionali che si intendono attivare
- ⊗ Le politiche di prezzo
- ⊗ Il capitale necessario per avviare e gestire l'impresa
- ⊗ I soci/collaboratori da coinvolgere
- ⊗ La forma giuridica più adeguata
- ⊗ Gli adempimenti burocratici da espletare.

Al termine di questo processo di analisi/ricerca, l'imprenditore sarà in grado di partire con un ragionevole grado di certezza sulla potenzialità dell'idea e sulla realizzabilità del progetto.

## 1 - LA MISSIONE, L'IDEA E LA FORMULA IMPRENDITORIALE

Il primo passo è quello di rispondere alle seguenti domande per definire le informazioni di base da cui sviluppare il percorso di descrizione del business:

✓ La **missione** (la funzione e il ruolo dell'impresa nel mercato e la ragione della sua esistenza):

- Qual è la nostra missione?
- Chi siamo?
- Cosa ci aspettiamo dalla realizzazione di tale iniziativa?

Informazioni da ricavare:

- a) Definizione della missione aziendale
- b) Nascita dell'idea imprenditoriale
- c) Stato di avanzamento del progetto

✓ Il **percorso professionale e personale** degli aspiranti imprenditori in seguito al quale hanno deciso di avviare un'attività di impresa.

- Qual è la filosofia aziendale e le motivazioni forti che stanno alla base dell'iniziativa?
- Quali sono le conoscenze specifiche di cui disponiamo?
- Con quale tecnologia pensiamo di realizzare il nostro prodotto/servizio?
- Perché pensiamo di avere successo?
- Quali sono le attese?

Informazioni da ricavare:

- a) Motivazioni all'imprenditorialità
- b) Caratteri distintivi ed eventuali elementi di innovazione
- c) Caratteristiche professionali dei promotori
- d) Precedenti esperienze imprenditoriali

Ogni socio dovrebbe essere in grado di autovalutare le proprie capacità imprenditoriali al fine di rispondere alla domanda: "Sono sicuro di farlo?". Alla base di molti insuccessi c'è un errore di stima delle proprie capacità.

✓ La **formula imprenditoriale** ossia la coerenza tra ciò che si vende (prodotto/servizio) e il come si vende e produce (struttura e modalità organizzativa) e a chi si vende (clienti),

- Quali esigenze vogliamo soddisfare?
- Chi sono i nostri clienti?
- Qual è il prodotto/servizio offerto ai clienti?
- Qual è il mercato geografico e quali sono i nostri clienti?

Informazioni da ricavare:

a) Evidenziare in termini sintetici la formula imprenditoriale sulla base di:

- \* Sistema di prodotto/servizio offerto
- \* Clienti
- \* Struttura organizzativa (risorse, organizzazione dell'attività, forma di gestione, ecc.)

## 1.1 QUAL È L'IDEA GIUSTA?

Sicuramente una delle prime domande che ci si fa è quale sarà l'idea giusta per avere successo. La risposta è semplice: l'idea "giusta" è quella che ti permette di sfruttare le risorse di cui disponi. Un imprenditore di successo è colui che riesce a cogliere in pieno le opportunità che gli vengono dalle risorse che ha, risorse che possono essere di due tipi:

- a) **Risorse materiali:** come ad esempio i soldi, i terreni, i fabbricati, la materia prima, le persone (amici e familiari) disposti a collaborare per avviare l'attività:  
Cosa possiedo?
- Terreni: come potrei utilizzarli?
  - Immobili: cosa potrei realizzare?
  - Soldi: come potrei investirli?
- b) **Risorse immateriali:** quali le competenze e le conoscenze specifiche che derivano dagli studi fatti e dalle esperienze professionali:

Chi sono?

- Cosa ho imparato a scuola e/o all'Università?
- Quali lavori so fare?
- Quali sono le mie esperienze di lavoro?
- Ho degli interessi che mi possono essere di aiuto?
- Come me la cavo nei rapporti interpersonali?
- Cosa mi piacerebbe fare e cosa desidero per il mio futuro?
- Mi interessa di più lavorare o fare un lavoro che mi appassioni?

Non si può intraprendere l'avventura di realizzare un'impresa senza averne realmente le **conoscenze tecniche**. È preferibile scegliere un'idea per la quale si possiedono già delle competenze teoriche e possibilmente pratiche, poiché i tempi per acquisire le giuste conoscenze sono generalmente lunghi. Con una competenza poco elevata, sarà facile essere battuti dalla concorrenza. Per questo è consigliabile indirizzarsi verso un'attività che richiede competenze vicine alle proprie attitudini.

Non hai le competenze? Allora fatti aiutare da un collaboratore capace, associati ad un partner che possieda le conoscenze, oppure rivolgiti ad un consulente esterno.

## 2- LA DEFINIZIONE DELL'IPOTESI DI BUSINESS E DEL PRODOTTO

In questa fase del piano di impresa si intende definire il business di riferimento, definito come ASA (**Area Strategica d'Affari**), con maggiore precisione rispetto alla definizione dell'idea.

La delimitazione del campo di azione e la definizione delle ASA avverrà grazie all'individuazione delle combinazioni prodotto/bisogni/clienti che l'imprenditore intende servire.

In particolare, la definizione delle ASA, per essere utile ai fini operativi, deve mettere al centro dell'attenzione i bisogni soddisfatti che consentono di identificare il mercato di riferimento.

Per **prodotto/servizio** si intende: "qualunque frutto dell'azione aziendale, suscettibile di essere venduto in un mercato, e del quale si riesca a costruire il costo nelle sue specifiche voci componenti".

Il prodotto deve essere identificato analiticamente nelle sue caratteristiche fisiche e nella funzione d'uso che soddisfa (l'utilizzo principale a cui il prodotto è destinato).

Per la definizione dell'ipotesi di business occorre individuare i **bisogni** da soddisfare, quindi:

- 1) Vedere quali sono i bisogni del cliente
- 2) Pensare al prodotto/servizio adatto per soddisfarli
- 3) Capire come oggi sono soddisfatti e da chi

Identificare il bisogno da soddisfare vuol dire anche capire le logiche della sua manifestazione:

- In quale momento della giornata sorge?
- In quale luogo?
- In quale particolare circostanza?

Conoscere i **clienti** vuol dire individuare:

a) Loro caratteristiche culturali, sociali e demografiche:

- Quanti sono?
- Dove sono?
- Come vivono?
- Che lavoro fanno?
- Che studi hanno fatto?

b) Con che frequenza consumano o consumerebbero il prodotto che si vuole offrire?

c) In che occasione?

d) E' il consumatore che decide l'acquisto o qualcun altro lo fa per lui? Se sì chi?

e) A che tipo di servizio accessorio sono sensibili?

## 2.2 COME POSSO TRASFORMARE LA MIA IDEA IN UN'IMPRESA DI SUCCESSO?

Una buona idea è innanzitutto quella che soddisfa una delle seguenti condizioni:

- *Offrire un prodotto o un servizio che non è ancora disponibile e che risponde ad un bisogno già esistente o che potrebbe nascere.*
- *Offrire un prodotto o un servizio già disponibile ma proponendolo in modo vantaggioso, per qualità o specificità.*

La prima delle due ipotesi è probabilmente la più stimolante, perché rappresenta una sorta di lavoro di pionieri. Ma, se non è facile prevedere il successo di un'idea, il suo eventuale successo porterebbe a degli utili enormi. Una buona idea è quella di svolgere un'indagine sui bisogni del mercato, su quelli non ancora soddisfatti.

Per avere successo l'idea deve essere:

- **Innovativa**,
- **Vendibile**, se sul mercato esiste un potenziale acquirente o si è in grado di costruire una domanda per il prodotto/servizio che si vuole realizzare
- **Competitiva**, se riesce ad affrontare la concorrenza
- **Perseguibile**, se ci sono effettivamente le risorse per metterla in pratica
- **Redditizia**, se ci permette di conseguire un utile: il prodotto ha anche un costo di realizzo inferiore al prezzo con il quale potrà poi essere offerto al pubblico