

Il Business plan:

Cosa è, a cosa serve?

- Permette di verificare la fattibilità dell'iniziativa imprenditoriale da più prospettive (commerciale, economico e finanziario);

E' una guida utile all'imprenditore per attenersi al contenimento dei costi e agli obiettivi di ricavi;

- Rappresenta un biglietto da visita per presentare l'impresa a potenziali finanziatori (banche, IG, ecc.).

I Parte: L'Imprenditore e l'Idea

- Quali bisogni soddisfare e a quali potenziali consumatori si riferisce il prodotto

- Quale è il mercato in cui si vuole operare (analisi del mercato: crescita

declino o saturazione)

- Quali sono le Attitudini Personali e Capacità Professionali (esperienze, competenze, c.v.)

La struttura giuridico

lii

organizzativa

- Quale e è la forma giuridica più idonea e perché?
- Da chi è composta l'azienda (chi fa che cosa)

F1

1 1 Parte: *Cosa* Dove Come

1 1 prodotto/servizio:

quali bisogni soddisfa,

quali le sue caratteristiche,

quali le differenze tra il nostro e se c'è

quello della concorrenza

TI Parte: Cosa

Dove

Come

- Analisi del macro ambiente:
Clima politico, sociale, economico,
culturale
- Analisi del micro ambiente:

I clienti, I fornitori, I concorrenti, gli
intermediari commerciali

Questi dati possono essere forniti da CCIAA, associazioni di
categoria

F1

segue

A chi vendere: analisi della domanda

Analisi dei comportamenti all'acquisto
determinati da variabili demografiche (per
sesso, età famiglia, stato regione, città) Oppure
da variabili socio economiche Occupazione
reddito istruzione classe sociale, ecc.

- Chi sono e come operano i miei concorrenti:

Analisi dell'offerta

Quali sono i nostri concorrenti? Dove sono localizzati? Cosa fanno? Quali prezzi praticano? I loro punti di debolezza? I loro punti di forza? Cosa dovrebbero fare e non fanno

liii

TI Parte: Cosa Dove *Come*

- Il piano di marketing:
- Che cosa (product)
- A che prezzo (price)
- Attraverso quali canali (place)
- Quale attività promozionale (promotion)

II

segue

Le *fasi* metodologiche per un piano di marketing sono:

- i. Raccolta informazioni sullo scenario e contesto;

2. Presa decisione
3. Azione
4. Controllo dei risultati
5. Correzione degli obiettivi



[I

III Parte: Le previsioni economico finanziarie

- Definire l'ammontare dei capitali necessari per costituire e avviare l'impresa (Piano degli Investimenti)
- Individuare le fonti di finanziamento: (fonti di copertura)
- Valutare la profittabilità del progetto nei primi anni di vita dell'impresa (Conto economico previsionale)

IFII

Segue

- Valutare la situazione patrimoniale dell' impresa nei primi anni di vita con un occhio particolare all'indebitamento aziendale (Stato Patrimoniale Preventivo)
- Verificare se la futura impresa sarà capace di produrre la liquidità necessaria (Cash Flow)

[il ____I

Il piano degli investimenti

- Immobilizzazioni Materiali

Immobili, impianti, Macchinari e attrezzature, arredi per l'Ufficio,

Automezzi, Computers

- Immobilizzazioni Immateriali

Brevetti, licenze, marchi registrati, spese di costituzione

- Immobilizzazioni finanziarie

Cauzioni per affitto immobili

- Capitale necessari per l'acquisizione di questi beni

Fabbisogno finanziario iniziale di tipo strutturale

Fonti di copertura

Fonti di finanziamento interne

Capitale fornito dell'imprenditore, capitale di rischio
(in denaro e natura)

Prestiti senza interessi

Riserve

- Fonti di finanziamento esterne

Prestiti bancari

Prestiti concessi dai fornitori

i-

Il bilancio previsionale

- Stato Patrimoniale Preventivo
(distinto in attività e passività)

- Conto Economico previsionale
(costi e ricavi)

F1

Il Cash Flow

Determina entrate e uscite finanziarie E' importante la loro previsione in quanto è uno strumento in grado di informare l'imprenditore circa i bisogni di denaro;

Le previsioni devono essere effettuate per periodi brevi (mese, trimestre semestre) e devono essere continuamente aggiornate.