

## INDICE

---

Premessa	ix
Come usare il manuale	xi
Fase 1 – Strategia e finalità	xii
Fase 2 – Ricerca di mercato	xii
Fase 3 – Strategie di marketing competitive	xii
Fase 4 – Attività operative	xiii
Fase 5 – Revisione del fabbisogno finanziario e delle possibilità di finanziamento	xiii
Fase 6 – Controlli di gestione	xiii
Fase 7 – Scrivere e presentare il business plan	xiii
Indicazioni sulle attività	xiv
Perché preparare un business plan?	xvii
<i>Fase 1 – Strategia e finalità</i>	1
Per approfondire	2
Attività 1 – Trovare un'idea vincente per il business plan	3
Trovare un vuoto nel mercato	3
Rinnovare una vecchia idea	4
Risolvere i problemi dei clienti	5
Invenzioni e innovazione	5
Network marketing	6
Franchising	7
Rilevare un'impresa	8
Per approfondire	9
Attività 2 – Strategia: il quadro generale	11
La teoria delle cinque forze della struttura di settore	11
Opzioni strategiche generiche	12
Leadership di costo	13
Differenziazione	14

Focalizzazione	15
Quadro strategico	17
L'inganno del first-to-market	21
Vision	22
Mission	23
Valori	23
Obiettivi	24
Per approfondire	25
<b>Attività 3 – Voi e il vostro team</b>	<b>27</b>
Voi e il vostro team	27
Mettere insieme il team	33
Il nome dell'azienda	33
Stabilire la forma giuridica dell'impresa	36
Risultati già conseguiti	39
Per approfondire	41
<b><i>Fase 2 – Ricerca di mercato</i></b>	<b>43</b>
<b>Attività 4 – Svolgere ricerche sui clienti</b>	<b>45</b>
Riconoscere i bisogni dei clienti	45
Definire il prodotto secondo i termini dei clienti	53
Chi comprerà per primo?	53
Per approfondire	58
<b>Attività 5 – Svolgere ricerche sui concorrenti</b>	<b>59</b>
Ricerche sui concorrenti	59
Analizzare la concorrenza	61
Decidere il vantaggio	68
Per approfondire	69
<b>Attività 6 – Un piano per la ricerca di mercato</b>	<b>71</b>
I sette passaggi per una ricerca di mercato efficace	73
Primi passi	75
I questionari online	81
Per approfondire	84
<b><i>Fase 3 – Strategie di marketing competitive</i></b>	<b>85</b>
<b>Attività 7 – Prodotti e/o servizi</b>	<b>87</b>
Descrizione dei prodotti e/o servizi	87
Essere pronti per il mercato	89
Posizione in relazione alla proprietà intellettuale	90
Proteggere le risorse digitali	95
Confronto con prodotti e servizi della concorrenza	95
Alcuni aspetti negativi	96
Qualità innanzi tutto	99
Per approfondire	101

Attività 8 – Determinazione del prezzo	103
Costi	103
Percezioni dei consumatori	104
Concorrenza	104
Elasticità della domanda	105
Politica aziendale	105
Condizioni quadro	106
Canali di distribuzione	106
Capacità	107
Margini e mercati	107
Determinazione del prezzo in tempo reale	109
Per approfondire	110
Attività 9 – Pubblicità e promozione	111
Lista di controllo per pubblicità e promozione	111
Opzioni pubblicitarie e promozionali	116
Per approfondire	122
Attività 10 – Posizione e distribuzione	123
Location	123
Esterneizzazione	126
Locali	127
Canali di distribuzione	131
Per approfondire	137
Attività 11 – Persone, processi e ambiente fisico	139
Comprendere il ruolo delle persone nel marketing	140
Percezione	141
Processo	141
Per approfondire	143
Attività 12 – Competere online	145
Registrare un nome di dominio	147
Realizzare un sito web	148
Progettare il sito web	149
Fare da soli	150
Richiedere un aiuto esterno	150
Farsi notare: i motori di ricerca	151
Comparire nei risultati della ricerca	151
Usare un servizio di iscrizione	152
Pagare per il posizionamento	152
Tenere monitorato il traffico	153
Gestire email, forum, blog e siti web	153
Social media	155
Per approfondire	157
<i>Fase 4 – Attività operative</i>	159
Attività 13 – Il piano dei metodi di vendita	161
Come funziona la vendita	161

Impiegare agenti di vendita	163
Essere pagati	164
Per approfondire	168
Attività 14 – Fabbricazione, esternalizzazione e approvvigionamento	169
Fabbricazione e montaggio	169
Materiali e fonti di approvvigionamento	171
Per approfondire	173
Attività 15 – Aspetti legali e normativi	175
Norme rivolte al cliente	176
Calcolare le tasse	179
Per approfondire	181
<i>Fase 5 – Revisione del fabbisogno finanziario e delle possibilità di finanziamento</i>	183
Per approfondire	183
Attività 16 – Le previsioni di vendita	185
Come preparare una previsione di vendita	185
Prevedere le vendite dopo l'avvio dell'attività	190
Strumenti di previsione	191
Per approfondire	192
Attività 17 – Proiezioni del flusso di cassa	193
Flusso di cassa e profitto a confronto	193
Ipotesi sul flusso di cassa	193
Evitare l'overtrading	194
Stima del fabbisogno economico per l'avvio	196
Previsione dei flussi di cassa prima dell'entrata in attività	196
Per approfondire	197
Attività 18 – Il conto economico	199
Alcune regole di base	200
Strutturazione del conto economico	202
Per approfondire	203
Attività 19 – Lo stato patrimoniale	205
Il linguaggio dello stato patrimoniale	205
Alcune regole di base	209
Per approfondire	212
Attività 20 – Analisi del punto di pareggio	213
Calcolo del punto di pareggio	213
Determinazione di un prezzo redditizio	214
Dal particolare al generale	215
Assistenza per il calcolo del punto di pareggio	216
Per approfondire	218

Attività 21 – Stima del fabbisogno finanziario	219
A che cosa vi servono i soldi?	220
Di che denaro avete bisogno?	220
Fonti di finanziamento	222
Usare le proprie risorse	223
Richiedere un prestito	225
Trovare un investitore	233
Crowdfunding	240
Per approfondire	249
Attività 22 – Stress test delle proiezioni aziendali	251
Introduzione di ipotesi nelle vostre proiezioni del flusso di cassa	251
Lo scenario peggiore	254
Per approfondire	255
<i>Fase 6 – Controlli di gestione</i>	257
Attività 23 – Controlli finanziari	259
La tenuta dei libri contabili	259
Indici finanziari di base	265
Fogli di calcolo per l'analisi degli indici	268
Per approfondire	268
Attività 24 – Controlli su vendite e marketing	269
Sistemi di gestione delle relazioni con i clienti (CRM) e della forza vendita	271
Per approfondire	272
Attività 25 – Altri controlli di gestione	273
Per approfondire	274
<i>Fase 7 – Scrivere e presentare il business plan</i>	275
Attività 26 – Scrivere e presentare il business plan	277
Suddivisione dell'operazione	277
Packaging	278
Layout e contenuto	279
Scrittura e editing	284
A chi inviarlo	286
La presentazione orale	287
Per approfondire	291
Indice analitico	293