

## PERCHÉ PREPARARE UN BUSINESS PLAN?

---

Forse la fase più importante del lancio di qualsiasi nuova impresa o dell'espansione di una esistente è la creazione di un business plan. Il piano deve includere gli obiettivi della vostra impresa, sia a breve sia a lungo termine, una descrizione dei prodotti o servizi che offrirete e le opportunità di mercato che avete previsto e, infine, una spiegazione delle risorse e dei mezzi che userete per raggiungere i vostri obiettivi dinanzi a una probabile concorrenza. Gli studi di ricerca che vengono condotti sul tema rivelano che l'assenza di un business plan scritto implica una maggiore incidenza di fallimento per le nuove e piccole imprese, oltre a inibirne la crescita e lo sviluppo.

Preparare un business plan completo secondo queste linee richiede tempo e impegno. Secondo quanto abbiamo potuto vedere nell'ambito dei nostri corsi presso la Cranfield, sono necessarie tra le 200 e le 400 ore, a seconda della natura della vostra attività e dei dati che avete già raccolto. Tuttavia, questo impegno è imprescindibile se si vogliono fissare e focalizzare le proprie idee, mettendo alla prova la propria risolutezza in merito all'avvio o all'espansione della propria attività commerciale, o al perseguimento di una determinata linea d'azione. Una volta completato, il vostro business plan fungerà da modello da seguire e, proprio come una mappa, migliorerà le possibilità di chi lo utilizza di raggiungere la destinazione.

La preparazione di un business plan comporta anche una serie di importanti vantaggi.

- Adottando questo approccio sistematico alla pianificazione gli errori vengono fatti sulla carta, piuttosto che sul mercato. Mentre raccoglieva dati per il suo business plan, un potenziale imprenditore ha scoperto che il suo concorrente locale, che lui riteneva avesse un unico titolare, era in realtà l'operazione pilota per l'avvio di

una catena nazionale di negozi in franchising. Questa scoperta ha influito profondamente sulla sua strategia di ingresso sul mercato. Un altro imprenditore ha scoperto che, al prezzo che si proponeva di applicare, non avrebbe mai recuperato le sue spese generali o non sarebbe andato in pareggio. In effetti, “spese generali” e “pareggio” erano termini a lui estranei prima che si imbarcasse nella preparazione di un business plan. Questa ingenuità in materia di costi non è affatto insolita.

- Una volta completato, un business plan vi farà sentire più sicuri della vostra capacità di creare e gestire la nuova impresa. Può persino compensare una mancanza di capitale e di esperienza, sempre che ci siano altri fattori a vostro favore, come un’idea valida e un’opportunità di mercato considerevole per il vostro prodotto o servizio.
- Il business plan vi mostrerà quanto denaro è necessario, per che cosa è necessario, quando e per quanto tempo. Poiché la sottocapitalizzazione e i problemi di flusso di cassa iniziali sono due delle maggiori cause di fallimento delle nuove attività imprenditoriali, ne consegue che chi ha preparato con cura un business plan può ridurre questi rischi. Si può anche sperimentare una serie di strategie alternative fattibili per poi concentrarsi sulle opzioni che utilizzano nel modo economicamente più efficiente risorse finanziarie limitate. Affermare che il vostro business plan è il passaporto per accedere alle fonti di finanziamento sarebbe un’esagerazione. Tuttavia, vi aiuterà a mettere in mostra tutto il vostro talento imprenditoriale e manageriale e a comunicare le vostre idee agli altri in modo tale da facilitare la comprensione e l’approvazione del ragionamento alla base delle vostre idee. Gli “altri” di cui parliamo possono essere banchieri, potenziali investitori, partner o agenzie di consulenza. Dopo che avranno capito che cosa state cercando di fare, saranno in grado di aiutarvi meglio.
- La preparazione di un business plan vi darà un’idea del processo di pianificazione. È il processo stesso a influire pesantemente sulla salute a lungo termine di un’impresa, e non solo il piano che ne deriva. Le imprese sono dinamiche, così come gli ambienti commerciali e competitivi in cui operano. Nessuno si aspetta che ogni evento registrato in un business plan si verifichi come previsto, ma la comprensione e la conoscenza create dal processo di pianificazione aziendale permetteranno all’azienda di affrontare qualsiasi cambiamento e adattarsi con rapidità.

Anche i dati empirici sostengono fortemente il valore della pianificazione aziendale. Gli studi mostrano di continuo che le organizzazioni fortemente orientate alla pianificazione superano sempre quelle che trascurano questa disciplina.

Una rassegna di articoli su una ricerca effettuata in merito è stata scritta da Noah Parsons, *Business Planning Makes You More Successful, and We've Got the Science to Prove It* (2017).

Secondo le conclusioni di questa ricerca, chi prepara un business plan ha il doppio delle probabilità di avviare effettivamente un'impresa e, una volta avviata, questa cresce del 30 per cento più velocemente. Inoltre ha molte meno probabilità di fallire.

Gli aspiranti imprenditori con fondi propri o, peggio ancora, presi in prestito da amici e parenti "innocenti", tendono a pensare che il tempo dedicato a preparare un business plan potrebbe essere sfruttato in modo più proficuo (e piacevole) per cercare un locale, comprare una nuova auto o progettare un sito web. In breve, tutto ciò che impedisce loro ogni azione immediata è visto come una perdita di tempo. Poiché la maggior parte delle persone ha una percezione del proprio progetto imprenditoriale in qualche modo difettosa in merito a qualche aspetto importante, ne consegue che buttarsi a capofitto è rischioso, oltre che inutile. Spesso, questi difetti si possono svelare con facilità e in anticipo durante la preparazione del business plan; sul mercato vengono sempre al pettine, a un costo molto più alto e spesso fatale.

Nelle fasi iniziali del boom di Internet circolava il mito secondo cui il ritmo a cui il settore si stava sviluppando fosse troppo rapido per una pianificazione aziendale. La prima generazione delle cosiddette dot-com e i loro finanziatori sembravano contenti di riversare denaro in quello che chiamavano un modello "di business" o "di ricavi". Questi "modelli" erano semplicemente delle brevi dichiarazioni d'intenti supportate da poco più che un pensiero velleitario. Pochi mesi dopo l'inizio del nuovo millennio, il settore del Web è stato pervaso da un maggiore realismo. In qualsiasi settore imprenditoriale, solo le aziende con un business plan ben preparato hanno qualche possibilità di decollare o di essere sostenute nelle fasi di finanziamento successive.