

Contrariamente a quanto si pensa, avviare e gestire un'impresa, pur essendo senz'altro rischioso, non lo è in modo eccessivo. Tuttavia, anche se le probabilità di fallire sono relativamente basse, le conseguenze possono essere catastrofiche. Si può letteralmente perdere la camicia. Per ridurre questo pericolo è bene adottare la più sana delle abitudini per un'azienda: la pianificazione. I militari, che hanno svolto brillantemente un ruolo decisivo nel corso della recente pandemia, seguono un principio base in fatto di disciplina: mai intraprendere una qualsiasi attività senza aver prima fatto un piano.

Nel presente manuale abbiamo sintetizzato le conoscenze e l'esperienza della facoltà della Cranfield School of Management e di altre rinomate business school a livello mondiale nella formazione di migliaia di studenti, dirigenti d'azienda, imprenditori, funzionari pubblici e responsabili della conduzione di imprese operanti nel quarto settore (beneficenza, non profit e sociale) che hanno partecipato a programmi di formazione aziendale. Tra gli imprenditori che hanno preparato il business plan avvalendosi dei programmi della Cranfield vi sono Lord Bilimoria (Cobra Beer), Nick Jenkins (Moonpig), Sarah Willingham (Let's Save Some Money), Mark Butler (PCL Ceramics Limited, vincitore del Queen's Award for Enterprise 2013 per la categoria "Prestazioni eccezionali nel commercio internazionale"), Deepak Kuntawala (DVK Deepak, nominato Imprenditore dell'Anno 2013 al TiE UK Awards; The Indus Entrepreneurs è la più grande azienda non profit del mondo dedicata a sostenere e promuovere l'imprenditorialità) e Kenneth White (Frosts Ltd, inserita tra le 1.000 aziende Inspire Britain del London Stock Exchange Group). Anche le grandi aziende hanno contribuito a plasmare l'esperienza di pianificazione aziendale della Cranfield. John McFarlane, presidente di Barclays PLC, e Warren East, AD di Rolls-Royce, sono tra gli illustri ex studenti della scuola.

La pianificazione aziendale è alla base della strategia organizzativa e commerciale ed è la *conditio sine qua non* per chi intende avviare un nuovo business, ampliarne uno esistente, ottenere il finanziamento di un progetto, assicurarsi una sovvenzione o persino partecipare a un reality come *Dragons' Den*. Nel corso degli anni abbiamo sviluppato e testato questo metodo per aiutare le persone a supportare e convalidare le proprie proposte attraverso opportune ricerche, e poi a scrivere personalmente un business plan.

Verso la fine di ogni corso invitiamo un illustre gruppo di banchieri senior, finanziatori esterni e altre persone coinvolte nella valutazione delle proposte di supporto esterno di vario genere per prendere in esame tutte le presentazioni di business plan. I loro preziosi commenti non solo hanno spronato i partecipanti al nostro corso a puntare sempre più in alto, ma hanno dato alla facoltà di Cranfield una visione privilegiata della *forma mentis* e dei processi cognitivi propri dei maggiori finanziatori di imprese nuove e in espansione.

Il presente manuale riunisce in sé tutti i processi e le procedure di cui un principiante, o quasi, ha bisogno per scrivere un business plan. Include anche numerosi esempi di business plan di imprenditori e altri, la maggioranza dei quali ha avviato imprese di successo.

Inoltre, abbiamo inserito critiche, avvertimenti ed esperienze di investitori e imprenditori di recente successo, relative alla scrittura e alla presentazione di un business plan.

Non pretendiamo di aver reso la stesura dei business plan un compito facile, ma pensiamo di averlo reso comprensibile e alla portata di chiunque sia determinato a farcela.

Migliaia di studenti sono passati attraverso i programmi di business planning della Cranfield per poi lasciare il segno nel mondo degli affari, delle associazioni di beneficenza e della pubblica amministrazione in questo Paese e nel resto del mondo.