

Come si fa un business plan? Inipa approfondisce un metodo efficace

Per un'impresa che voglia avviare la sua attività, lanciare un nuovo prodotto o servizio o convertire parte delle sue attività, per le imprese che stanno pensando a come creare valore e costruire nuovi business o a trasformare la propria organizzazione è sempre indispensabile fare un business plan, fondamentale anche per un eventuale richiesta di credito. Inipa ha approfondito lo studio di un modello per la stesura di business plan comprensibile ma non riduttivo rispetto al sistema complesso di funzionamento di un'impresa e del mercato. Si tratta di una mappa che contempla 9 elementi costitutivi di base; per ciascuno l'imprenditore deve farsi delle domande e riportare le risposte più adeguate e precise. Una volta che le 9 aree saranno complete e ogni genericità eliminata, il business plan avrà preso forma. Il primo elemento è la proposta di valore: l'imprenditore deve descrivere nel dettaglio la sua idea concentrandosi sugli aspetti innovativi, che la rendono differente dai concorrenti e vincente rispetto al mercato. Il secondo elemento, da comporre contestualmente al primo, è il target. Adottare la prospettiva dei clienti è il principio guida di tutto il processo di progettazione di un modello di business. Influenzerà le scelte relative alle proposte di valore, ai canali distributivi, alle relazioni con i clienti e ai flussi di ricavi.) I clienti, ma solo quelli redditizi, rappresentano il cuore di ogni modello di business. Per poterli soddisfare meglio un'azienda deve conoscere il loro profilo anagrafico, che cosa desiderano e che cosa serve, i comportamenti, gli atteggiamenti, il loro modo di pensare. Gli imprenditori non dovrebbero chiedersi cosa possono vendere ai clienti, come possono raggiungerli, come possono trarre un guadagno, ma cosa desiderano i clienti, di cosa hanno bisogno, come preferiscono essere raggiunti, che tipo di relazioni vorranno instaurare, per quali valori e vantaggi saranno disposti a pagare. Conoscere bene la propria clientela significa proporre al meglio i propri prodotti. Una volta identificato il target o i diversi target, è necessario sapere attraverso quali canali distributivi raggiungerli e attraverso quali canali farei comunicazione e promozione. Gli altri elementi della mappa sono le relazioni con i clienti, le attività chiave da fare per attivare il cambiamento, identificare quali sono le risorse chiave e i partner chiave, ovvero chi potrà sostenere il progetto, in termini economici, di comunicazione, marketing. Ovviamente non è possibile prescindere da un'analisi accurata dei flussi e ricavi e della struttura dei costi. Ma il business plan non può fermarsi all'analisi della propria idea; dovrà studiare il contesto di settore, ovvero la concorrenza, il contesto di mercato, ovvero le tendenze, gli stili di consumo e il contesto economico, ovvero i mercati globali, il costo delle materie prime, dei fornitori ecc. Un suggerimento: quest'esercizio non va fatto da soli. E' più efficace se fatto con persone che lavorano nell'impresa, o che conoscono bene il business; possibilmente di diverso genere, età, cultura e posizione in azienda e competenze.