

IL BUSINESS PLANNING



LO SVILUPPO DI UN BUSINESS PLAN

1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

IL BUSINESS PLANNING



▶ 1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Illustrare con esattezza la vostra “vision” e gli obiettivi dell’iniziativa, può sembrare ovvio...

....in realtà molti BP sono presentati in modo carente, proprio perché non consentono di individuare ciò che realmente ci si propone

Mettere “nero su bianco” la vostra “vision” ed i vostri obiettivi vi obbligherà a razionalizzare tutta la creatività, le sensazioni, i dubbi e le sicurezze che vi spingono allo sviluppo dell’iniziativa

IL BUSINESS PLANNING



► 1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

La prima cosa da fare è quella di analizzare il vostro prodotto/attività per valutarne l'attrattività

Per fare ciò è sicuramente utile utilizzare lo strumento della matrice BCG, sviluppato nei primi anni 70 dal Boston Consulting Group, che si basa sulla teoria dei cicli di vita del prodotto

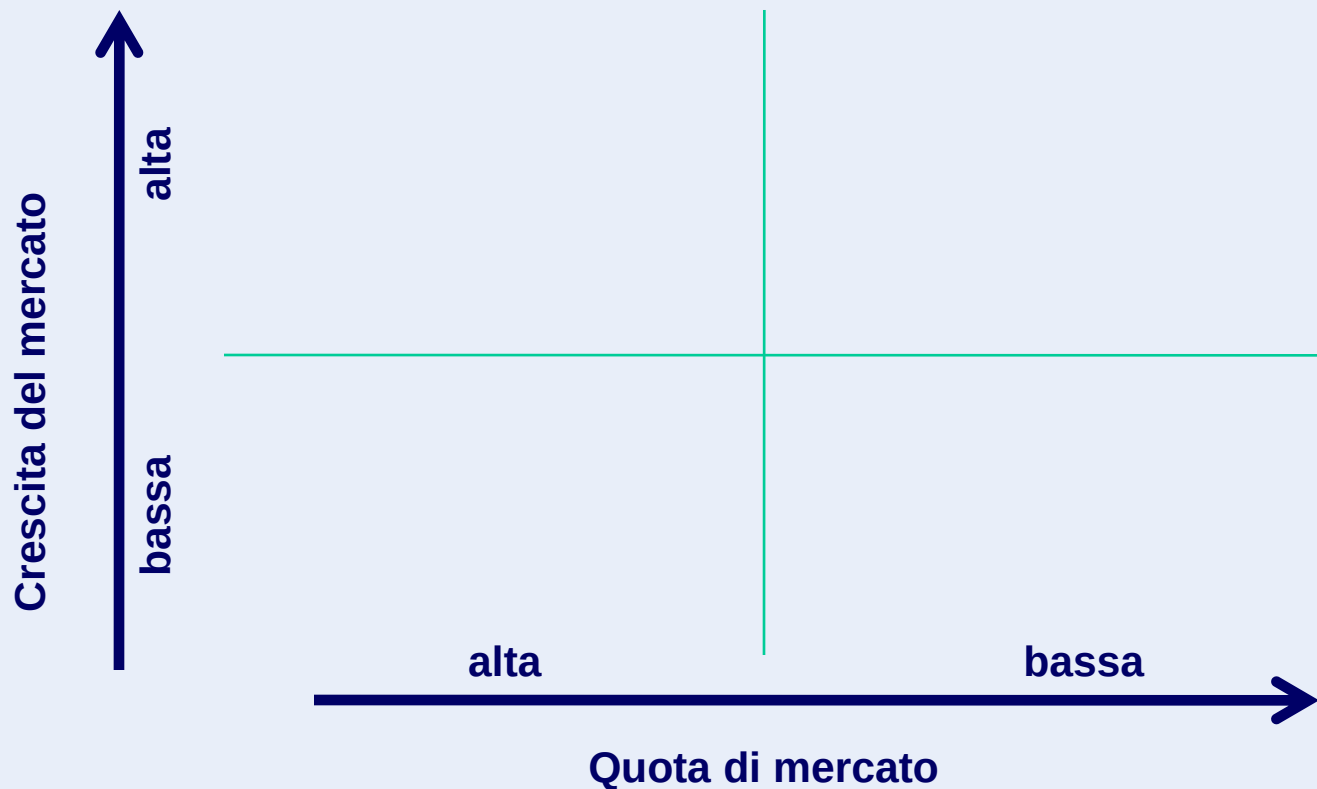
L'idea di base è quella che maggiore è la crescita del mercato applicabile, maggiore è la quota di mercato del vostro prodotto/attività, maggiore ne sarà l'attrattività

IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

La matrice si sviluppa in due dimensioni

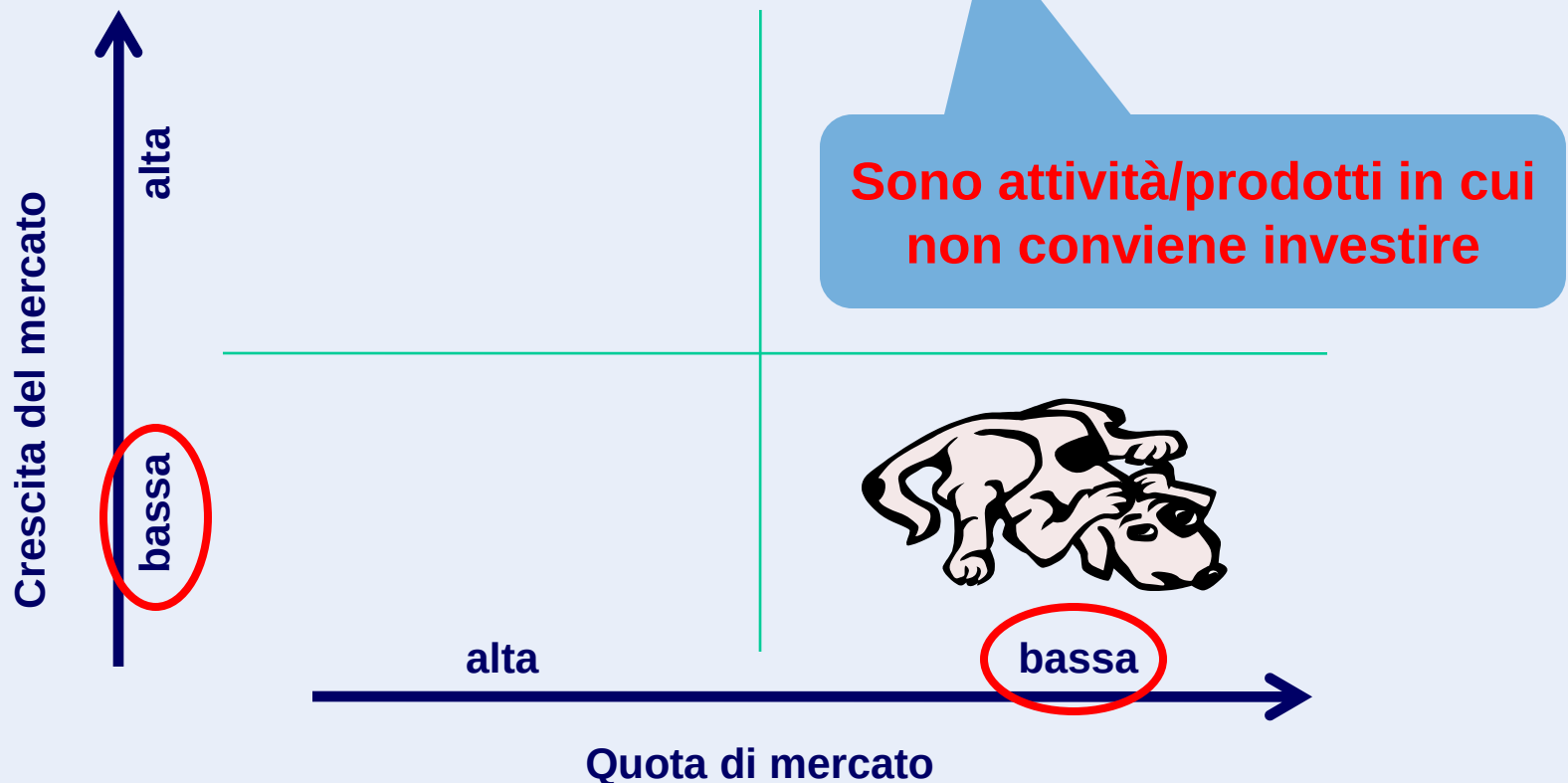


IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

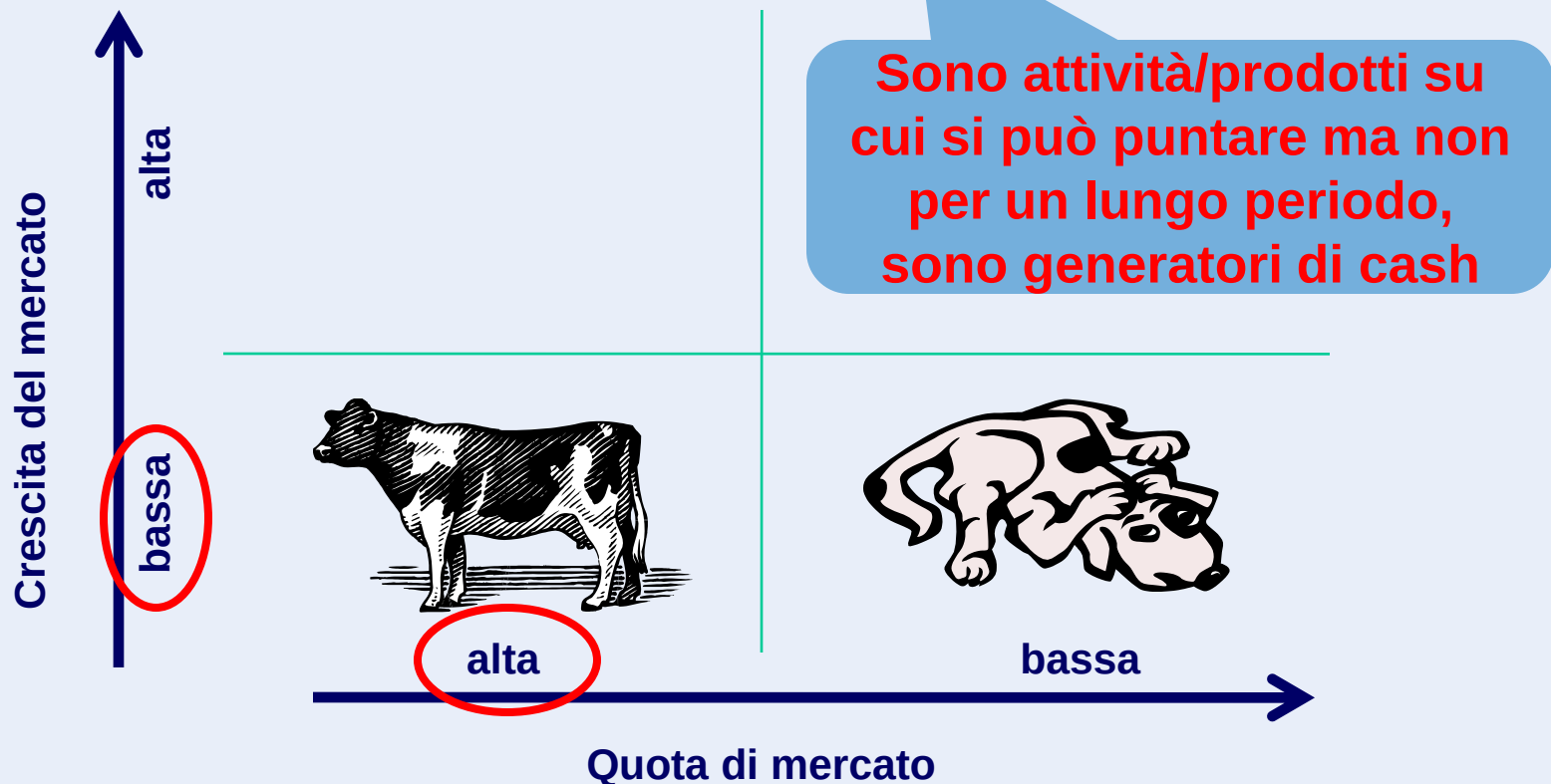
Bassa crescita e bassa quota di mercato = DOG



IL BUSINESS PLANNING

1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Bassa crescita e alta quota di mercato = COW



IL BUSINESS PLANNING

1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

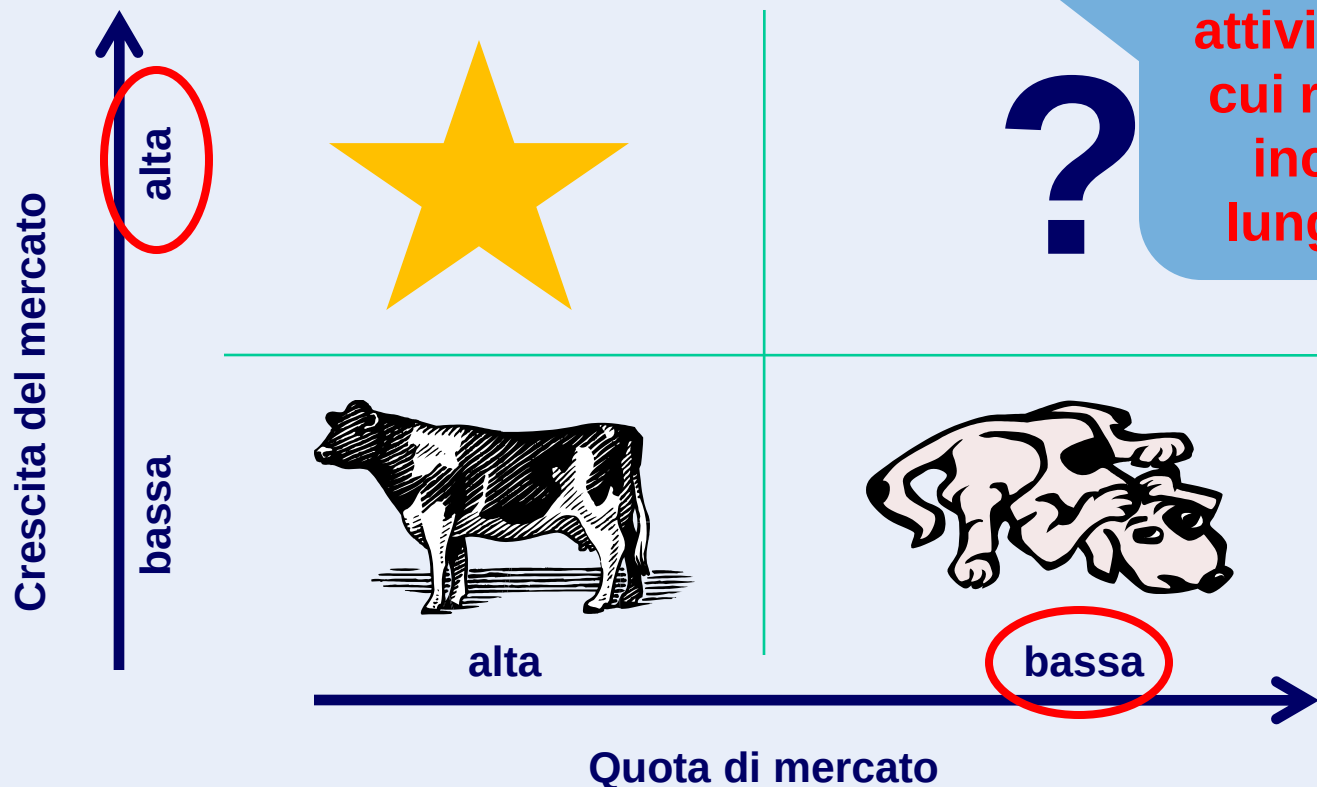
Alta crescita e alta quota di mercato = STAR



IL BUSINESS PLANNING

1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Alta crescita e bassa quota di mercato = ?



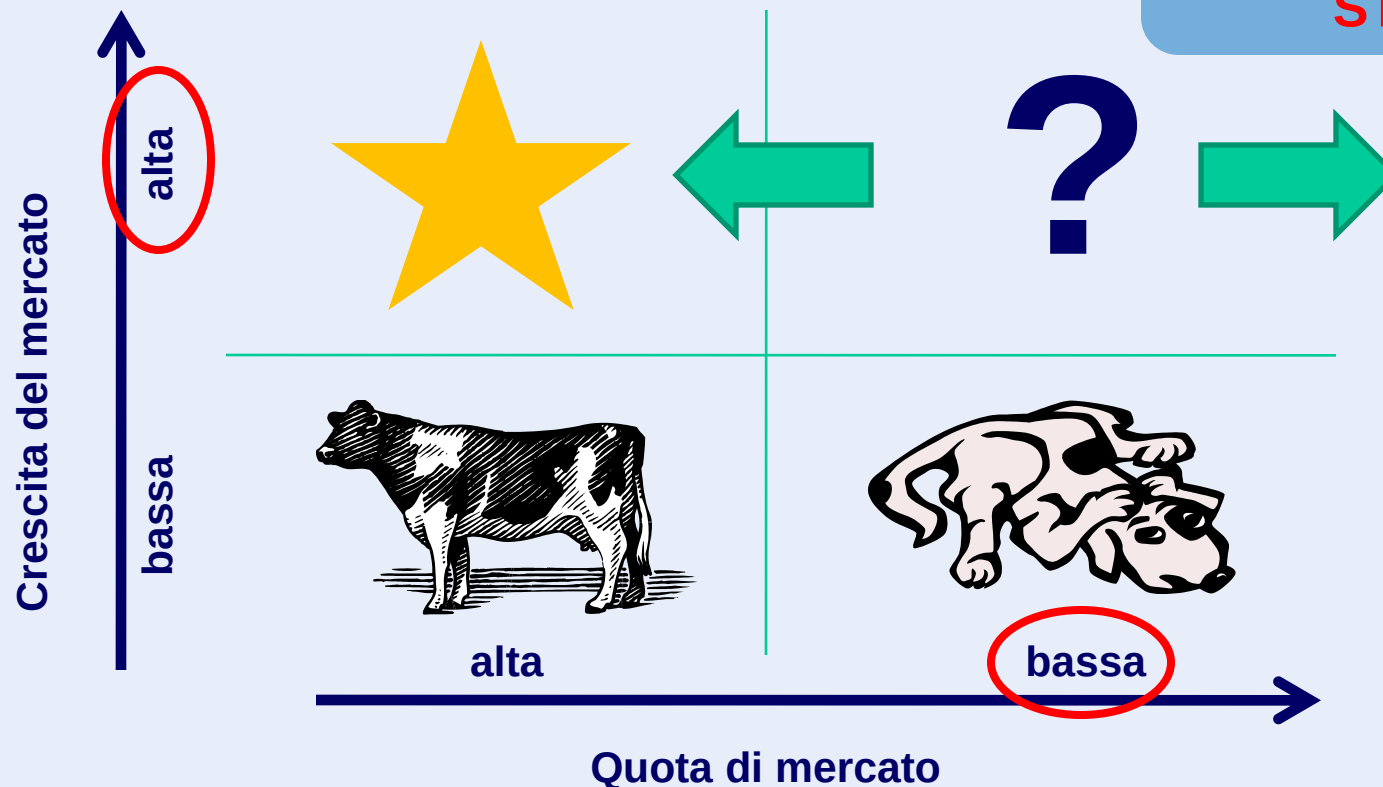
**Sono
attività/prodotti i
cui ritorni sono
incerti o nel
lungo termine**

IL BUSINESS PLANNING

1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Alta crescita e bassa quota di mercato = ?

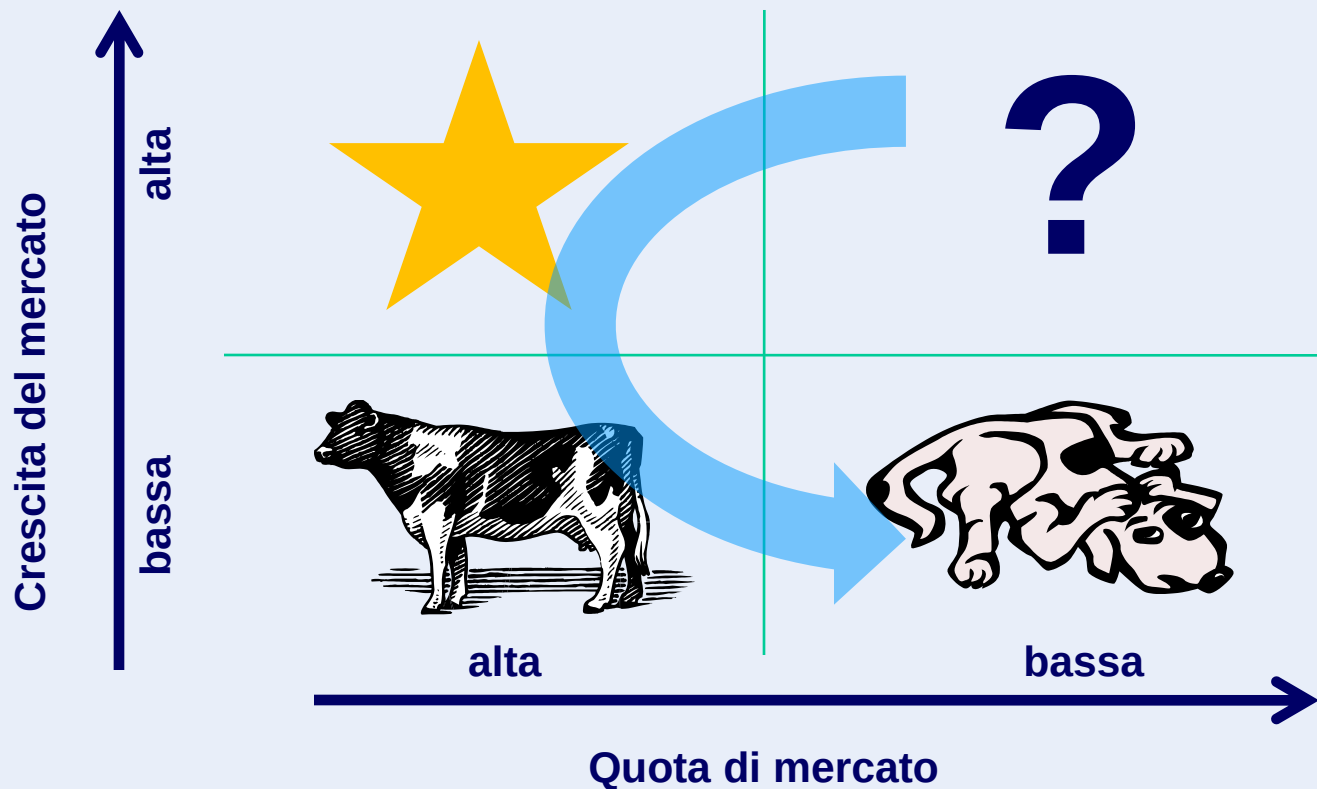
O se ne esce o si
fanno diventare
STAR



IL BUSINESS PLANNING

1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Ciclo di vita di un'attività/prodotto



IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Oltre ad analizzare la vostra attività/prodotto con l'aiuto della matrice BCG, sarà utile giudicare l'attrattività del settore in cui volete entrare, attraverso le risposte ad alcune semplici domande:

- ✓ Quanto è ampio il mercato applicabile?
- ✓ Quanto è forte/debole la concorrenza?
- ✓ Esistono barriere all'ingresso?
- ✓ Il settore è incline a contrazioni cicliche?

IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Se avete superato il primo scoglio e siete certi dell'attrattività della vostra attività/prodotto, dovete, ora, definire il vostro “mercato obiettivo”

Definire un “mercato obiettivo” significa decidere:

- ✓ Una prospettiva geografica
- ✓ Un segmento di mercato

Il target può essere:

- molto ampio (il mercato mondiale dei consumatori di elettronica)
- molto ristretto (i consumatori di toner di un quartiere)

IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Mentre il concetto di prospettiva geografica è semplice e chiaro, la segmentazione di mercato deve seguire alcune regole, ogni segmento deve essere:

- ✓ reale
- ✓ misurabile
- ✓ accessibile
- ✓ sufficientemente grande

IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

In pratica, una corretta segmentazione di mercato deve essere:

- ✓ **semplice** per essere facilmente gestibile
- ✓ **operativa** per consentire di impostare strategie commerciali coerenti e realizzabili

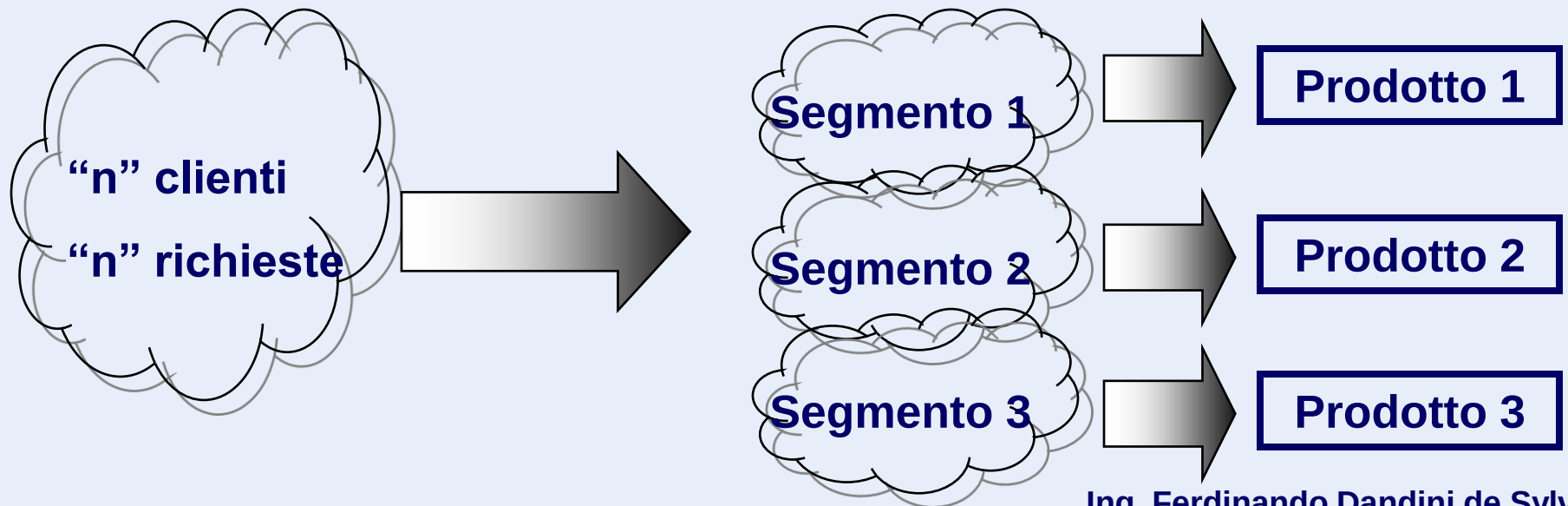
Una segmentazione eccessiva porterà ad avere un target confuso e frammentario

IL BUSINESS PLANNING

1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Una corretta segmentazione di mercato deve permettervi di definire gruppi di clienti con caratteristiche simili, con:

- ✓ varianza minima internamente al segmento
- ✓ varianza elevata esternamente al segmento



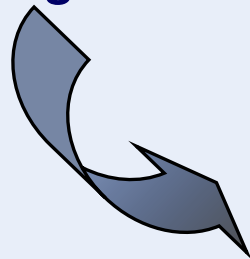
IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

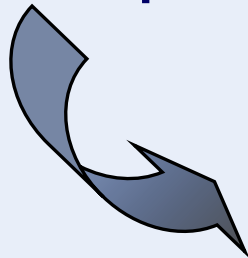
Segmentare un mercato significa, quindi, suddividerlo in gruppi omogenei di clienti, ciò vi permetterà di:

- ✓ Scegliere il vostro target di clientela



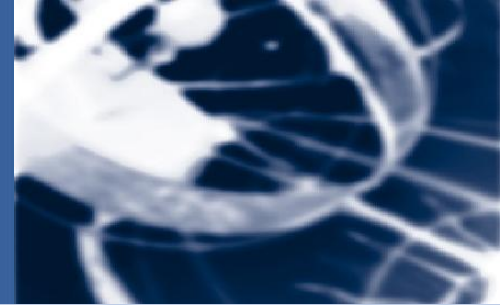
Concentrare le risorse su segmenti più potenziali

- ✓ Predisporre un'offerta mirata



Avere maggior efficacia commerciale

IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Allo scopo può essere utile predisporre una matrice Prodotto/Mercato, che può aiutarvi nel razionalizzare gli elementi in vostro possesso,

Prodotto			
	Corporate	Business	Leisure
	De Luxe suite	Segmento 1	Segmento 5
	Junior suite	Segmento 2	Segmento 3
STD room		Segmento 4	Segmento 7
Mercato			

ad esempio
per un grande
albergo

fra questi segmenti
in funzione della
vostra vision
dovrete scegliere il
vostro
mercato/prodotto

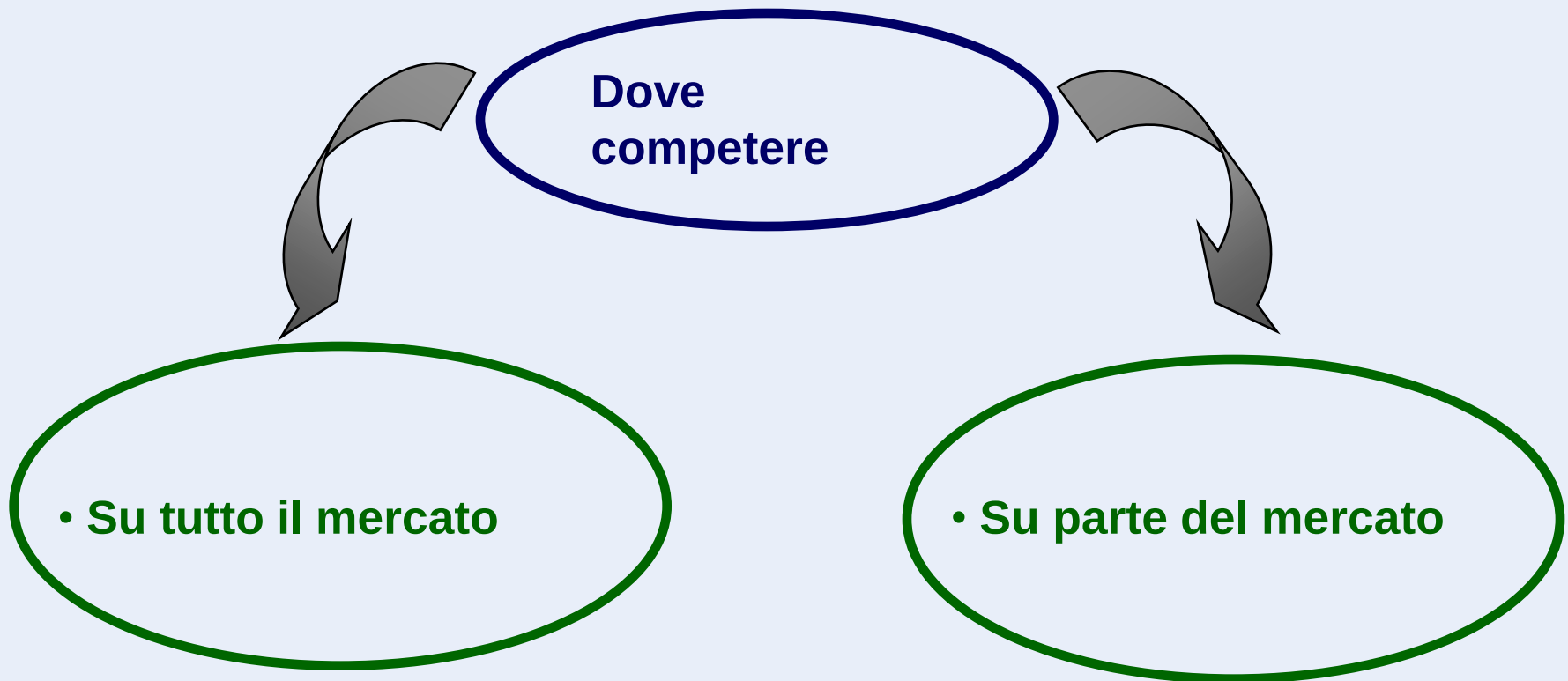
IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Due scelte di base:

- ✓ **Ambito competitivo**



IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Due scelte di base:

✓ **Vantaggio competitivo**



IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Porter: **Vantaggio competitivo**

		Costi bassi	Unicità
Ambito competitivo	Ampio	Leadership di costo	Differenziazione
	Ristretto	Leadership di costo focalizzata	Differenziazione focalizzata

IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

✓ Leadership di costo

Cercate di incrementare la vostra quota di mercato enfatizzando i bassi costi rispetto ai concorrenti (alto rapporto qualità/prezzo)

E' applicabile in prodotti stabili: COW o DOG

Per realizzare prodotti/servizi più efficacemente dei suoi concorrenti, dal punto di vista organizzativo avete bisogno di:

- ✓ Aggressivo controllo dei costi
- ✓ Massima efficienza degli impianti

IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

✓ Differenziazione

Cercate di distinguere i vostri prodotti/servizi da quelli offerti dagli altri competitor all'interno del medesimo settore

E' applicabile in scenari dinamici: STAR o ?

Per offrire prodotti/servizi diversi dai vostri concorrenti, dal punto di vista organizzativo avete bisogno di:

- ✓ Solide capacità di marketing
- ✓ Risorse creative

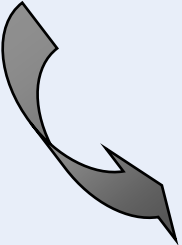
IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

✓ Focalizzazione

Vi concentrate su una specifica area di mercato o su un determinato gruppo di acquirenti, applicando vantaggi di costo o di differenziazione nell'ambito di un mercato ristretto



E' applicabile in attività/progetti di più piccole dimensioni, le cui caratteristiche organizzative dipendono da quale vantaggio competitivo decidono di utilizzare

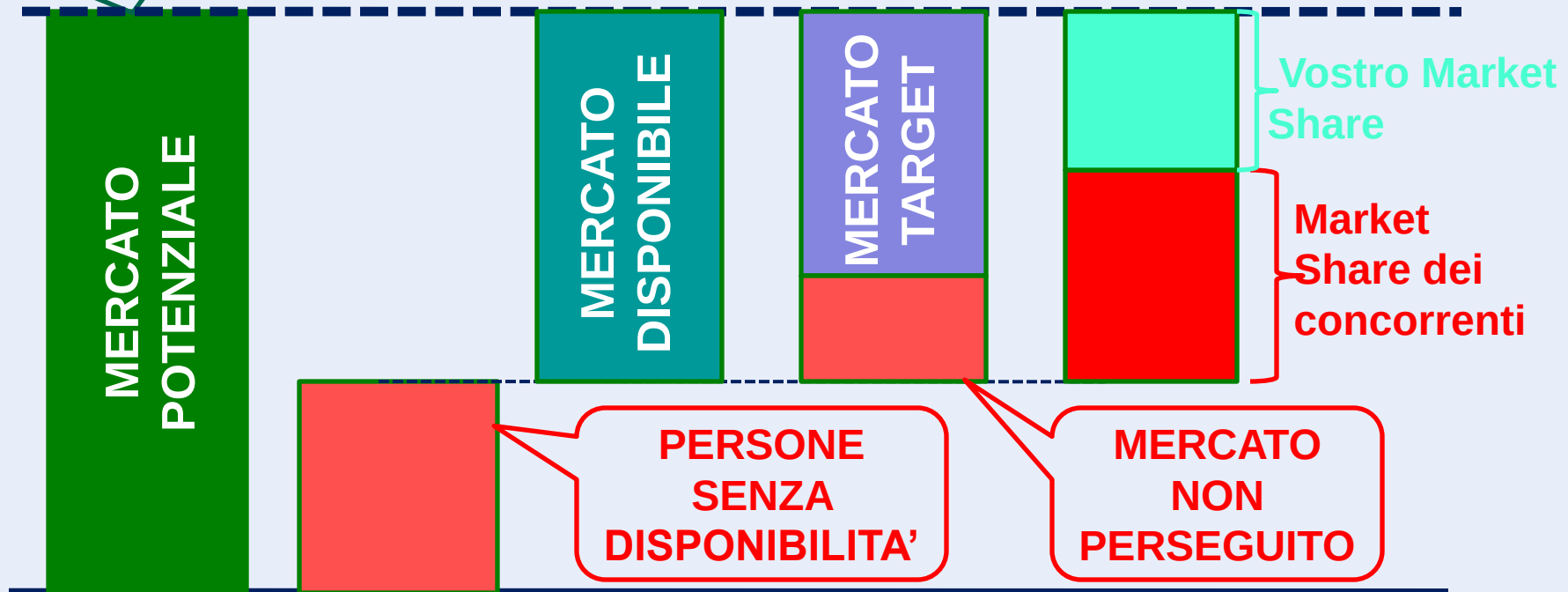
IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

PERSONE CON UN
INTERESSE PER
L'ACQUISTO

La vostra segmentazione:



IL BUSINESS PLANNING



▶ 1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Se la vostra idea di business è innovativa, sarà particolarmente importante e difficile farle superare il muro dei pregiudizi

Comunicare la propria innovazione, la rottura con vecchi schemi e l'apertura a nuove possibilità può spaventare i destinatari del BP, i vostri soci ed i vostri collaboratori

“..le persone sono spesso spaventate dalle nuove idee. Se ne sentono minacciate e credono di non essere in grado di far fronte alle proprie esigenze o non capiscono come utilizzare le nuove tecnologie”

T. Proctor, 1999, “Creative problem solving for manager”, Routledge- Londra

IL BUSINESS PLANNING



1. Definizione della Visione Imprenditoriale e degli obiettivi

Quindi la prima esigenza è quella di:

- ✓ Saper comunicare l'innovazione
- ✓ Indurre le persone a ridurre la loro resistenza ai cambiamenti

Dovete, cioè:

- ✓ Attrarre ATTENZIONE
- ✓ Mantenere l'INTERESSE
- ✓ Far sorgere il DESIDERIO
- ✓ Portare all'AZIONE

Dovete essere in grado di “vendere” la vostra idea, è, questa, la prima attività di marketing del vostro piano