

PRESENTARE UN'IDEA PROGETTUALE

LINEE GUIDA PER UNA EFFICACE PRESENTAZIONE DI UN
BUSINESS PLAN

INTRODUZIONE ALLA GUIDA

Questa breve guida vuole indicare in maniera chiara ed efficiente gli elementi salienti che suggeriamo nel presentare il vostro Progetto :

- Struttura del documento
- Informazioni da fornire agli eventuali Investitori
- Cose da evitare

LA SEQUENZA CLASSICA DI PRESENTAZIONE

1. L'Idea / Il Prodotto / La tecnologia / L'innovazione
2. Il Mercato in cui si intende operare : breve analisi
3. La Segmentazione di mercato ed il segmento prescelto
4. La Concorrenza esistente
5. Il Vantaggio Competitivo / Le caratteristiche di differenziazione
6. Il Modello Organizzativo
7. Gli Obiettivi della nuova attività
8. Le Previsioni Economico / Finanziarie
9. Il Ritorno dell'Investimento
10. Il Team
11. Lo stato dell'Arte
12. I Rischi
13. Le eventuali Strategie di Uscita

1. L'IDEA

Descrivere Brevemente e con Chiarezza il tipo di
Prodotto / Tecnologia / Servizio / Innovazione
sviluppato dalla futura Impresa:

- **COSA si vuole fare :**
 - L'Idea (qual è l'Innovazione introdotta)
 - La sua Applicazione Pratica
- **COME lo si vuole fare :**
 - La Tecnologia
 - La Tecnica
 - L'Approccio

EVITARE : Dettagli e linguaggi troppo tecnici, descrizioni troppo elaborate, indefinite e fumose

2. L' ANALISI DEL MERCATO (I)

Descrivere il Mercato di Riferimento nel quale la nuova impresa andrà a sviluppare la propria attività :

- Il Tipo di Mercato e la sua Struttura
- La Dimensione del Mercato
- L' Evoluzione Storica
- La Crescita attuale e prevista
- Quali sono gli eventuali Spazi offerti dal Mercato
- Lo Sviluppo futuro del Mercato

EVITARE : Dettagli frettolosi, mancanza di dati da fonti ufficiali, dati incoerenti

3. I CLIENTI (I)

Identificare i Clienti a cui ci si rivolge e quali esigenze si intendono soddisfare :

- Chi sono i clienti Potenziali
- Come scelgono i prodotti offerti
- Quali sono i trend di acquisto attuali
- Come ci si vuole posizionare in tale contesto

EVITARE : Descrizioni imprecise, misurazioni vaghe dei potenziali clienti e della loro capacità di spesa

4. LA CONCORRENZA (I)

Definire chi sono i Principali Competitors :

- Le Caratteristiche (Business Model)
- Le Dimensioni
 - Fatturato , Crescita , Cash Flow , Debiti
- Punti di Forza
- Punti di Debolezza
- Le loro possibili Strategie difensive

EVITARE : Sottovalutazione dei concorrenti

5. IL VANTAGGIO COMPETITIVO (I)

Occorre ora definire i Punti di Forza dell'Idea :

COME IL PROGETTO CREA VALORE

- Il Posizionamento Strategico
- Nuove Funzionalità / Benefici
- Rapporto Costi / Benefici rispetto alla Concorrenza
- La Campagna Promozionale
- Le linee di Distribuzione e Vendita
- Eventuali Partnership
- Eventuali coperture Brevettuali

EVITARE : Differenziazione non significativa per un osservatore esterno

6. IL MODELLO ORGANIZZATIVO (II)

Fornire Sintetica spiegazione di come si intende sviluppare l'attività :

- La Struttura organizzativa
- Gli investimenti necessari
- Il Personale richiesto
- L'Organizzazione di vendita

EVITARE : Mancanza di coerenza tra le risorse e gli obiettivi

7. GLI OBIETTIVI

Valutare gli Obiettivi da raggiungere nel :

- Medio Periodo
- Lungo Periodo

- Dove volete essere tra 1 anno
-tra 3 anni
-tra 5 anni

- E come pensate di arrivarci ?

8. IL PIANO ECONOMICO E FINANZIARIO (III)

Svolgere una Sintetica Esposizione dei Valori Economici in gioco, considerandoli in un orizzonte temporale di 5 anni :

E' NECESSARIO PRESENTARE previsione di:

- Conto Economico
- Cash Flow
- Situazione Patrimoniale

N.B. LE PREVISIONI POSSONO ESSERE ANCHE SINTETICHE

EVITARE : Non avere le idee chiare sulle quantità economiche in gioco

9. CASSA OGGI vs. CASSA DOMANI (III)

Definire con Chiarezza :

- Qual è l'Ammontare dell'Investimento richiesto
- Come spenderete i soldi richiesti
- Il Ritorno Previsto dall'Investimento
 - Se chiedete Tot. quanto ritorna in % ogni anno ?
- Eventuali Capitali già Raccolti
 - Collaborazione Industriale o Finanziaria
 - Tipologia e Soggetti che li hanno conferiti

EVITARE : Concetti poco chiari sulle quantità economiche in gioco e sul ritorno dell'investimento

10. IL MANAGEMENT (II)

Premesso che il progetto debba essere Accattivante e Remunerativo, sarà ora necessario convincere gli eventuali Investitori che i loro soldi non solo saranno ben utilizzati, ma anche nelle mani di un team vincente (capace e dedito al progetto)

Occorrerà quindi dare una sintetica spiegazione riguardo :

- La Struttura aziendale che verrà messa in opera
- Il tipo di Organizzazione che verrà adottata all'interno dell'azienda
- Le Persone coinvolte e la loro Professionalità e Competenze (chi fa cosa)

EVITARE : One Man Show , Carenza di competenze specifiche, Sopravalutazione delle proprie capacità di gestire lo sviluppo futuro

11. LO STATO DI AVANZAMENTO

Descrivere a quale Stadio di Avanzamento si trova il Progetto :

- Idea
- Prototipo
- Test Effettuati
- Azienda già avviata

EVITARE : Ottimismo sullo stadio di avanzamento

12. I RISCHI

Indicare i rischi che potranno riscontrarsi nello sviluppo dell'intero progetto :

- Tipologia di rischi
- Probabilità ed entità
- Quando (a quale grado di avanzamento)
- Possibili soluzioni previste
- Impatti economici di Problemi e Ritardi

EVITARE : Ignorare o sottovalutare i rischi ed il loro impatto sull'attività

13. LE POSSIBILI STRATEGIE DI USCITA

Qualsiasi Investitore, una volta persuaso dalla validità del vostro progetto e della sua Profittabilità (normalmente vuole ottenere un Ritorno del Proprio investimento di almeno il 40% del capitale investito ogni anno), potrà voler sapere come l'impresa potrà restituirgli i soldi, ad Es. :

- Si venderanno le partecipazioni ad un Concorrente o Partner
- Si procederà alla Quotazione dell'azienda (Borsa o MAC)
- Si liquiderà il Business
- Altro

EVITARE : Sottovalutare questo aspetto o dilungarsi troppo

Memorandum

Al momento di pianificare ricordarsi che :

- I ricavi (quasi sempre) prendono velocità più tardi del previsto
- I piani di vendita spesso sono figli dell'ottimismo
- La struttura di vendita potrebbe non essere mai stata testata
- Le previsioni sulla produttività non di rado sono poco realistiche
- I Margini potrebbero essere inferiori a quanto previsto
- La progettazione potrebbe avere qualche falla/dimenticanza
- Esistono costi nascosti "*classic*" : rese , scarti, obsolescenza, garanzie
- Le spese per l'organizzazione hanno il vizio di risultare maggiori del previsto
- Le esigenze di capitale stranamente crescono . . . e il capitale non è gratis

IN GENERALE : Il costo del capitale è inversamente proporzionale alla precisione e alla buona esecuzione del piano