

Cinque consigli per scrivere un business plan efficace

Quando si ha in mente di dare vita alla propria startup, c'è un passaggio che va curato con attenzione, perché è una delle chiavi del successo: il business plan. Si tratta di un documento che illustra il tipo di impresa che si vuole costruire e che contiene tutti i dati e le informazioni necessarie, per poi richiedere un finanziamento ed avviare la propria attività.

Durante i corsi di formazione all'autoimpiego di Yes I Start Up (totalmente gratuiti, promossi e curati dall'Ente Nazionale per il Microcredito su tutto il territorio nazionale e rivolti ai Neet) i docenti guidano gli studenti nella stesura del documento, ma i contenuti devono essere elaborati dai ragazzi stessi.

1. CHIEDITI COSA TI PIACE VERAMENTE

Spesso capita di inseguire un'idea che inizialmente ci entusiasma ma che poi si rivela tutto il contrario di ciò che immaginavamo, lasciando deluse le nostre aspettative. "Con i Neet questo fenomeno è molto frequente: per questo lo staff organizza lunghi colloqui preliminari in cui cerca di capire le caratteristiche di ogni ragazzo a livello caratteriale", racconta Maria Francesca Liparota, docente a Lamezia Terme, in Calabria. "Mi sono capitate persone che volevano aprire attività commerciali, ma poi mi dicevano di non voler stare a contatto con il pubblico. Questo tipo di "impasse" si verifica perché a volte questi ragazzi sono molto giovani e non si conoscono bene nel profondo, quindi le loro idee non combaciano con i tratti caratteriali", continua la professoressa, spiegando che spesso i giovani arrivano ai corsi con progetti che sono stati elaborati dietro l'influenza di amici, parenti o conoscenti e che quindi non rispecchiano la loro personalità. "I ragazzi devono spogliarsi di ogni maschera ed essere onesti durante il colloquio, che non è un interrogatorio ma un mezzo a loro disposizione per conoscere meglio sé stessi e i propri desideri".

2. STUDIA IL TERRITORIO IN CUI TI VUOI INSEDIARE

L'area geografica gioca un ruolo fondamentale nel processo di costruzione di un'impresa. "Puoi avere l'idea migliore del mondo ma se la metti in piedi nel posto sbagliato, difficilmente avrà successo.", afferma la professoressa Liparota, spiegando

che bisogna analizzare attentamente le caratteristiche dell'area geografica in cui si vuole lavorare per avere un progetto d'impresa che regga. "Questo studio si collega anche all'analisi della concorrenza, diretta e indiretta: quanti vendono prodotti/servizi uguali o simili in quell'area?"

Conoscere a fondo il territorio e le sue caratteristiche è un requisito indispensabile per capire il mercato e garantire il successo dell'attività. Sarà necessario realizzare la propria idea nell'area più adatta ad offrire quel servizio, oppure rivederla e modificarla per assecondare le caratteristiche di mercato della zona scelta.

3. INDIVIDUA IL TUO CLIENTE

Tra le tante domande che ci si deve fare prima di scrivere un business plan, la più importante è proprio questa: chi è il mio cliente? Il tipo di clientela è legato in parte alla zona in cui ci si trova, ma dipende soprattutto dal tipo di prodotto o servizio che vogliamo offrire. "A chi voglio rivolgermi? Ad un'utenza giovane o anziana? È una clientela benestante? Saranno più uomini o donne?" spiega la Liparota, sottolineando l'importanza di queste domande, che servono a definire il tipo di mercato in cui si vuole entrare. "Ad esempio, se voglio aprire un negozio di abbigliamento e rivolgermi ad un mercato di nicchia, preferirò avere meno capi ma firmati, quindi privilegerò la qualità della merce rispetto alla quantità".

4. SODDISFA UN DESIDERIO

Collegata all'analisi del territorio e del bacino di utenza, l'individuazione di un bisogno da soddisfare è la chiave per un'attività vincente. "Risolvere un problema o soddisfare un desiderio, lo si può fare tenendo a mente le dinamiche e le problematiche che esistono nel contesto dove ci troviamo" - spiega la professoressa- "Se siamo in una zona in cui c'è un alto indice di obesità, allora una sartoria su misura sarà la soluzione".

Importante anche considerare i trend del periodo in cui viviamo. "Ora in Calabria nei bar si vendono i cornetti vegani, dieci anni fa non li avrebbe chiesti nessuno, oppure ora le persone hanno poco tempo di cucinare e il take-away sta diventando l'opzione preferita". Il trucco è cercare di capire cosa va e cosa no, anche scoprendo quali sono le novità già in voga all'estero e quando arriveranno qui da noi.

5. IL PREZZO PIÙ BASSO NON È IL PREZZO MIGLIORE

“Un errore comune è pensare che un prezzo più basso generi più clientela” - ci svela la docente - “prima di tutto perché non è detto che si possa garantire: bisogna prima valutare i costi. In secondo luogo perché alcune persone ragionano in maniera opposta: non lo vogliono un prezzo basso, vogliono spendere di più per un prodotto che considerano di qualità”. I clienti sono sempre disposti a pagare un prezzo maggiore per soddisfare un desiderio: “Un esempio è il caso del biologico, dove il ragionamento è che si spende di più ma ci si nutre meglio”, conclude la Liparota.