



**INSPIRING REVOLUTIONARY
EDUCATIONAL CREDENTIALS**

Module 4 - Italy





1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



ABOUT THE PROJECT

OBEC (2020-1-SE01-KA204-077803) is a KA2 Strategic Partnership co-funded by the Erasmus+ of the European Union. Led by Swideas in Sweden, the project gathers partners in Croatia (Regional Development Agency of Sisak-Moslavina County - SIMORA), Italy (LAI-MOMO Società Cooperativa Sociale & Università degli studi di Urbino Carlo Bo), Belgium (EURADA - Association Européenne Des Agences Développement).

OBEC is an innovative project that aims to explore the potentials of Blockchain technology to promote competency development and recognition of skills and qualifications by creating an innovative system to issue and validate learning credentials on a trial basis. Through this effort, the project's goal is to encourage the professional and academic integration of migrants, exchange students, and individuals with informal and non-formal learning backgrounds.

By contributing to the educational and economic integration of these targeted groups, OBEC envisions to benefit individuals with migrant background, students, teachers, education institutions, and employers. Focusing on the key issue of lack of uniformity and transparency in systems of validation of credentials, it is expected that this effort will result in positive effects in the working context, promoting employability, empowerment, and accessibility to the labour market.



Fare

impresa #2

MODULO 4:

L'IDEA IMPRENDITORIALE E IL BUSINESS PLAN



Contenuti Modulo 4

01

L'idea
imprenditoriale

02

Startup
d'impresa

03

Il Business
Model Canvas

04

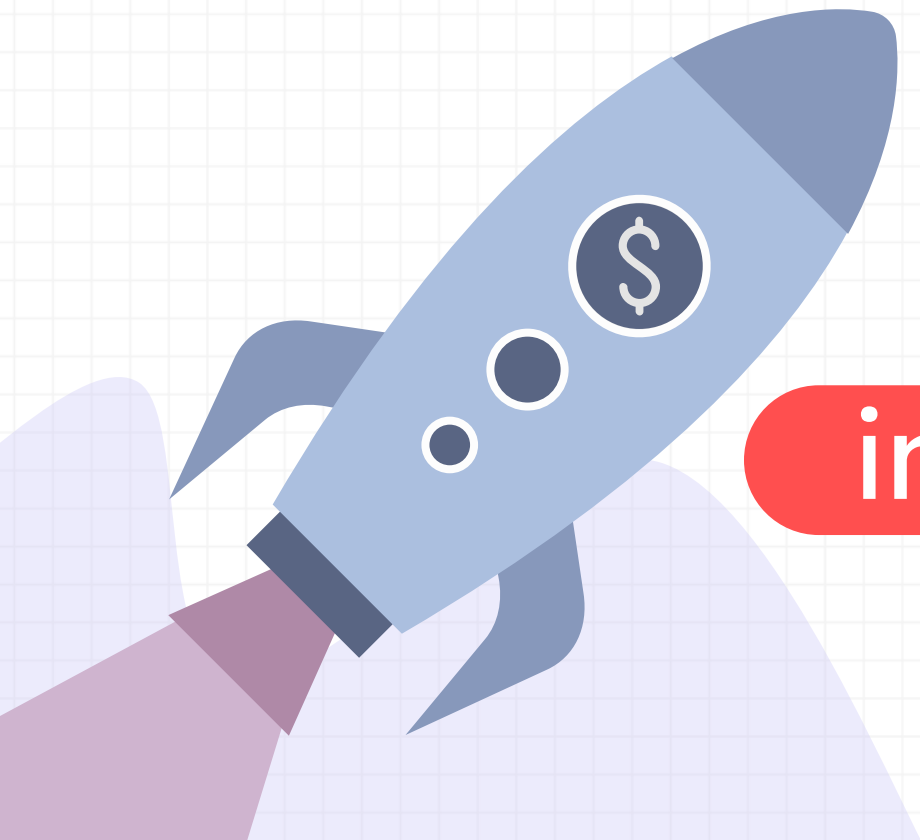
Introduzione al
Business Plan

05

Il Marketing Mix

06

Previsioni economico-
finanziarie



01

L'idea

imprenditoriale

BUSINESS IDEA 

Che cosa faccio? In quale settore?

- **CREATIVITÀ:** inventa un prodotto, risolvi un problema, crea un mercato
- **COMPETENZE:** Parti da ciò che sai fare, parti dalle tue esperienze
- **OPPORTUNITÀ:** continua e innova un'impresa di famiglia
- **PASSIONE:** trasforma il tuo hobby in un'attività di successo



ALCUNI CONSIGLI

- È IMPORTANTE PARTIRE DA QUELLO CHE SAPPIAMO FARE MEGLIO E CREDERE NEL NOSTRO PROGETTO CON **DETERMINAZIONE**
- **IL TEMPO È PREZIOSO!** USIAMOLO BENE, ORGANIZZIAMOCI E PRENDIAMO NOTA DI TUTTI I NOSTRI PROGRESSI
- PROGRAMMIAMO LE NOSTRE **AZIONI** E DEFINIAMO I NOSTRI **OBIETTIVI**
- IMPARIAMO A CONOSCERE LE NOSTRE **RISORSE ECONOMICHE**
- **COSTANZA, IMPEGNO E CONFRONTO** CON GLI ALTRI CI DEVONO SEMPRE GUIDARE





Come deve essere
la mia idea?

Una buona idea dovrebbe essere:



ATTRATTIVA E COMPETITIVA

- Deve **rispondere a un bisogno** o a una **necessità del mercato**
- La **qualità** del prodotto o del servizio deve essere **alta**.
- L'offerta deve **soddisfare le esigenze** dei clienti



REALIZZABILE

- Una buona idea si deve poter fare **con le risorse a disposizione**.



REDDITIZIA

- Una buona idea deve permettere un **guadagno** all'imprenditore.
- L'impresa deve poter continuare a investire nell'attività.

Come valuto la mia idea?

- FACCIO UN' INDAGINE DI MERCATO, CIOÈ UNA RICERCA SUI BISOGNI DEL MERCATO: MI INFORMO SULL'ECONOMIA LOCALE E NAZIONALE, CERCO DI CAPIRE I SETTORI CHE CRESCONO.
- VALUTO IL MERCATO CHE GIÀ C'È, CERCO DI CAPIRE SE CI SONO MOLTI CONCORRENTI.
- TRASFORMO LE MIE PASSIONI, I MIEI INTERESSI, LE MIE COMPETENZE IN UN LAVORO CHE PUÒ SODDISFARE ALCUNI BISOGNI DELLA SOCIETÀ.



Chi mi aiuta?

- CAMERE DI COMMERCIO
- ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA
- INCUBATORI E ACCELERATORI
- COWORKING
- COMPETITION



Dove trovo i soldi?

- AVERE DEI FINANZIAMENTI È DIFFICILE MA NON È IMPOSSIBILE
- LE RICHIESTE SONO TANTE E LA DISPONIBILITÀ È POCA
- QUASI NESSUNO FINANZIA UN PROGETTO AL 100 %



Finanziatori



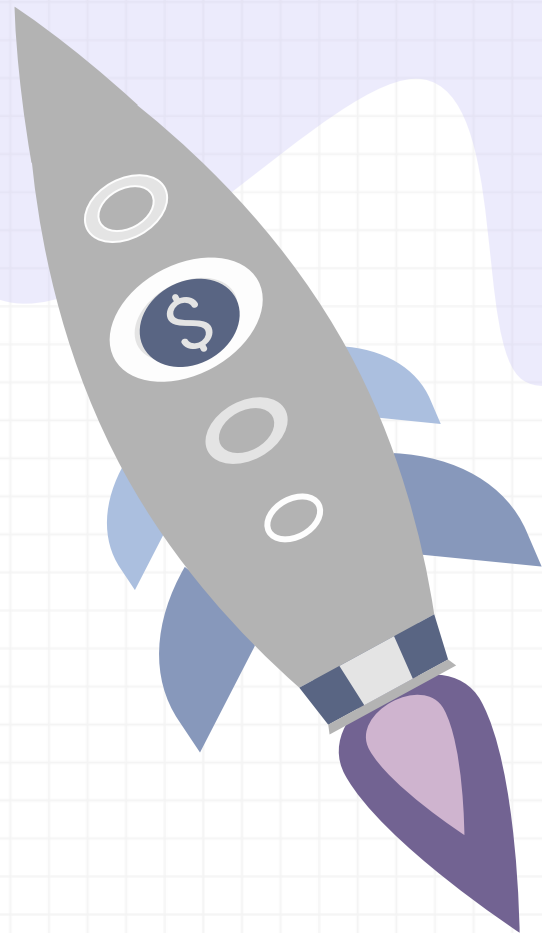
- FAMILIARI E AMICI
- SOCI (*FOOLS*)
- BANCHE
- BANDI
- MICROCREDITO
- BUSINESS ANGEL
- VENTURE CAPITAL
- CROWDFUNDING



02

STARTUP

D'IMPRESA



COSA SIGNIFICA STARTUP?

LO START UP È LA FASE DI PARTENZA DI UN'IMPRESA, IN QUESTA FASE BISOGNA FARE QUESTI PASSI:

- BUSINESS IDEA
- SCELTA DELLA FORMA GIURIDICA PER L'AZIENDA
- SCRITTURA DEL BUSINESS PLAN
- REPERIMENTO DEI FINANZIAMENTI
- AVVIO DELL'ATTIVITÀ.



STARTUP

LE IMPRESE NELLA FASE DI STARTUP, DI SOLITO HANNO UN RISCHIO PIÙ ALTO RISPETTO ALLE ALTRE MA SE RIESCONO AD ESSERE INNOVATIVE POSSONO AVERE ANCHE GRANDI POSSIBILITÀ DI GUADAGNO.



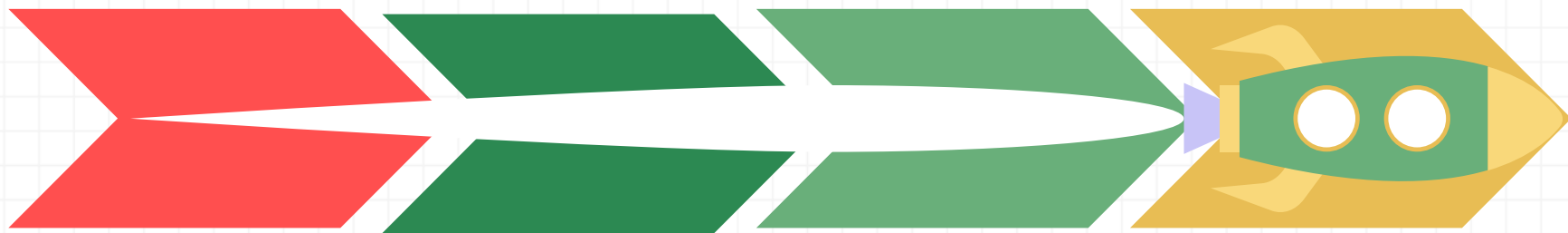
PRIME FASI DELLO STARTUP

BUSINESS
IDEA

BUSINESS
MODEL
CANVAS

BUSINESS
PLAN

ESECUZIONE O
AVVIO
DELL'ATTIVITÀ



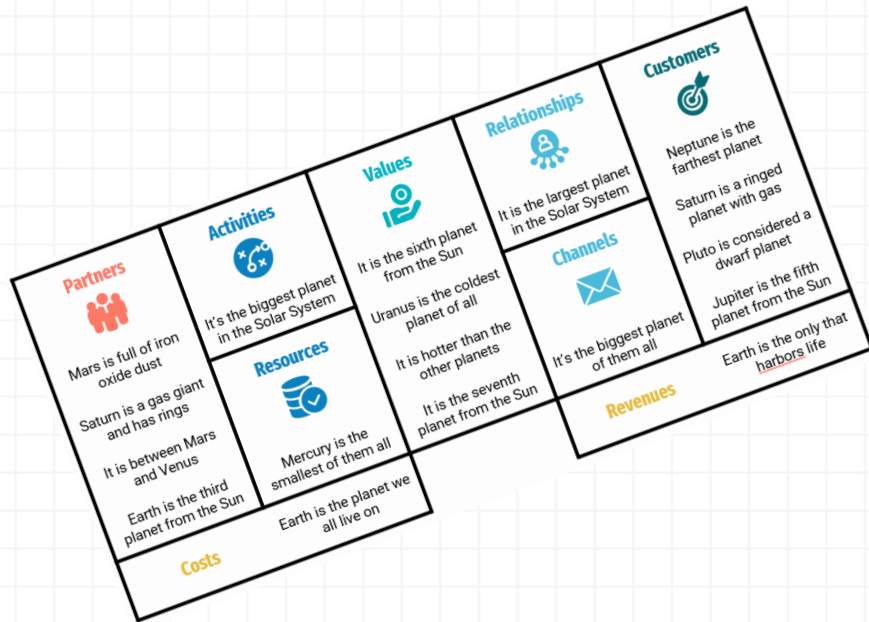


03

IL BUSINESS

MODEL CANVAS

COSA È IL BUSINESS MODEL CANVAS?



IL BUSINESS MODEL CANVAS È UNO SCHEMA GRAFICO (UN DISEGNO) CHE RIASSUME UN MODELLO DI IMPRESA.

IL BUSINESS MODEL CANVAS (B.M.C.) È UNO STRUMENTO CHE CI AIUTA A CAPIRE COME LA NOSTRA AZIENDA PUÒ CREARE O DISTRIBUIRE VALORE.

IL B.M.C. SI DIVIDE IN 9 PARTI



IL B.M.C. SI DIVIDE IN 9 PARTI

**1- COSA OFFRI AI
TUOI CLIENTI?**

**COSA FAI PER
LORO?**

**A LORO INTERESSA
LA TUA OFFERTA?**



Values

**1
L'OFFERTA
DI VALORE**



Relationships

**LE RELAZIONI
CON I CLIENTI**



Channels

I CANALI



Customers

LA CLIENTELA



Costs

I COSTI



Revenues

I RICAVI

IL B.M.C. SI DIVIDE IN 9 PARTI



IL B.M.C. SI DIVIDE IN 9 PARTI



IL B.M.C. SI DIVIDE IN 9 PARTI



IL B.M.C. SI DIVIDE IN 9 PARTI



IL B.M.C. SI DIVIDE IN 9 PARTI



IL B.M.C. SI DIVIDE IN 9 PARTI



IL B.M.C. SI DIVIDE IN 9 PARTI



IL B.M.C. SI DIVIDE IN 9 PARTI



04

INTRODUZIONE AL BUSINESS

PLAN



COS'È IL BUSINESS PLAN?

- E' UN DOCUMENTO CHE DESCRIVE IL PROGETTO IMPRENDITORIALE
- CI AIUTA A CAPIRE SE LA NOSTRA IDEA IMPRENDITORIALE È REALIZZABILE, CON QUALI MEZZI, TEMPI E COSTI
- SERVE A RICHIEDERE EVENTUALI FINANZIAMENTI



QUANDO SERVE IL BUSINESS PLAN?

- IL BUSINESS PLAN SERVE QUANDO VOGLIAMO AVVIARE UNA NUOVA IMPRESA O QUANDO VOGLIAMO RISTRUTTURARE UN'IMPRESA CHE GIÀ ESISTE.



CHE FORMA DEVE AVERE IL BP?

- DEVE ESSERE SCRITTO IN MODO CHIARO
- DEVE CONTENERE GRAFICI E TABELLE ILLUSTRATIVE
- DEVE CONTENERE UNA SINTESI DEL PROGETTO (*EXECUTIVE SUMMARY*)
- DEVE CONTENERE LE PREVISIONI ECONOMICO-FINANZIARIE
- DEVE SVILUPParsi SU UN PERIODO DI 5 ANNI



CHE STRUTTURA HA IL BP?

- A. EXECUTIVE SUMMARY (SINTESI DEL PROGETTO D'IMPRESA)
- B. DESCRIZIONE DELL'IMPRESA
- C. DESCRIZIONE DEL PROGETTO
- D. LE PREVISIONI ECONOMICO-FINANZIARIE



LA STRUTTURA DEL BP



A.L'EXECUTIVE SUMMARY

E' LA SINTESI DEI CONTENUTI DEL BUSINESS PLAN (MAX 3 PAGINE) E DEVE CONTENERE:

DESCRIZIONE SINTETICA DELL'AZIENDA

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO CON PARTICOLARE ATTENZIONE A:

- *OBIETTIVI*
- *AZIONI*
- *RISULTATI ATTESI*
- *ANALISI SWOT*



ANALISI SWOT

S

PUNTI DI FORZA

Strengths

W

PUNTI DI
DEBOLEZZA

Weaknesses

O

OPPORTUNITÀ

Opportunities

T

RISCHI

Threats

B.L'IMPRESA

IN QUESTA SEZIONE VANNO INDICATI TUTTI I DATI AZIENDALI RELATIVAMENTE A:

- Profilo aziendale (chi è l'azienda, cosa produce e/o vende, in quale settore di mercato lavora, che obiettivi ha)
- Assetto proprietario
- Mission aziendale (scopo ultimo dell'azienda, la sua ragione di esistere)



C.IL PROGETTO



➤ CHE COSA VENDERE

➤ A CHI VENDERE

➤ COME VENDERE (COME ORGANIZZARE LA PROPRIA ATTIVITÀ)

1. Che cosa vendere

- Descrizione del prodotto/servizio che l'azienda vuole realizzare(fare)/offrire(dare)
- Descrizione del bisogno che si vuole soddisfare
- Descrizione degli elementi innovativi del prodotto/servizio rispetto al mercato attuale
- Motivi per cui l'offerta risulta vantaggiosa per il cliente



2. A chi vendere

E' fondamentale conoscere il mercato e quindi "il cliente": prima di vendere qualcosa, devi sapere cosa desidera il cliente: bisogna partire dai suoi bisogni

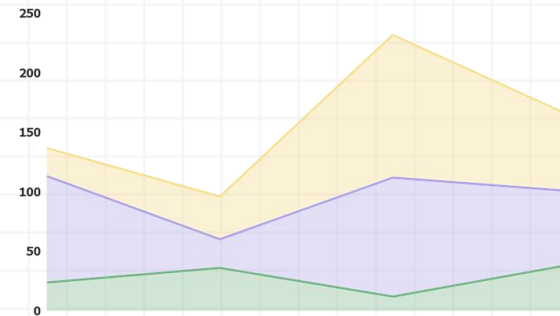


“Non vendere ciò che vuoi produrre, ma produci ciò che puoi vendere”

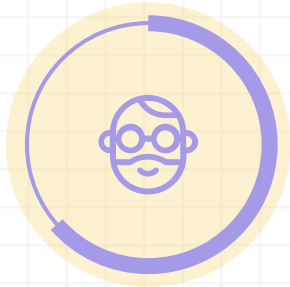
L'analisi del mercato

L'ANALISI DEL MERCATO DI RIFERIMENTO È INDISPENSABILE PER RACCOGLIERE LE INFORMAZIONI SUI POTENZIALI CLIENTI E SUI CONCORRENTI:

- Caratteristiche del cliente (Target clienti: reddito, età...ecc)
- Motivazione all'acquisto (analisi dei bisogni del cliente)
- Concorrenza;
- Dimensione del mercato
- Quota di mercato che l'azienda può acquistare

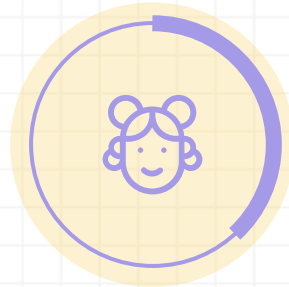


Target Clienti



60%

UOMINI



40%

DONNE

35-45



3/5

46-50



1/5

51-60

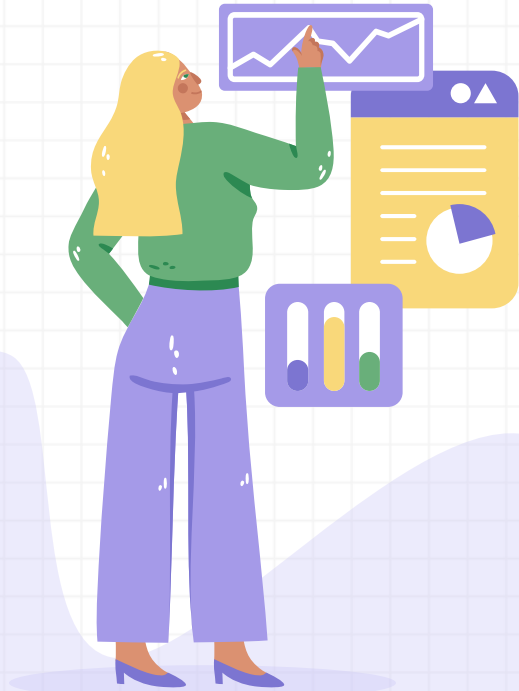


2/5



SPESA MEDIA DEL CLIENTE

\$50.00



05

IL MARKETING

MIX

3. Come vendere

LE STRATEGIE DI MARKETING VENGONO USATE PER VENDERE IL PRODOTTO/SERVIZIO. IL MARKETING MIX È L'INSIEME DI QUATTRO ELEMENTI IMPORTANTISSIMI PER LA VENDITA:



- Prodotto;
- Prezzo;
- Promozione;
- Punto vendita;

Per questo si chiama anche: **MODELLO DELLE 4 P**

MARKETING MIX

PRODOTTO



PREZZO

PROMOZIONE



PUNTO VENDITA

MARKETING MIX

PRODOTTO



E' IMPORTANTE DEFINIRE TUTTE LE CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO O SERVIZIO CHE SI VUOLE COMMERCIALIZZARE, INDICANDO SOPRATTUTTO I PUNTI FORTI CHE NE AUMENTANO IL VALORE.

MARKETING MIX

PREZZO

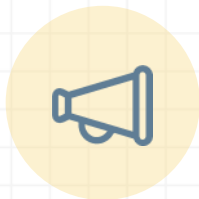


È UN ELEMENTO IMPORTANTISSIMO NELLA SCELTA DEL CONSUMATORE;

È IMPORTANTE CONFRONTARLO CON IL PREZZO USATO DALLA CONCORRENZA E CON I COSTI DI PRODUZIONE.

MARKETING MIX

PROMOZIONE

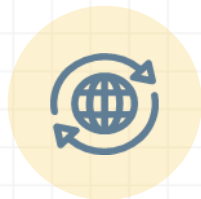


PUBBLICITÀ, MARKETING DIRETTO, RELAZIONI PUBBLICHE,
VENDITE PROMOZIONALI:

SERVONO A COMUNICARE AL CLIENTE L'ESISTENZA DI QUEL
PRODOTTO E I VANTAGGI RISPETTO AI PRODOTTI DELLA
CONCORRENZA.

MARKETING MIX

PUNTO
VENDITA



SONO I CANALI DI DISTRIBUZIONE:

- DISTRIBUZIONE FISICA DEI PRODOTTI
- ACCORDI DI COMMERCIALIZZAZIONE/DISTRIBUZIONE

LE RISORSE UMANE

SONO MOLTO SPESSO LA CHIAVE DI SUCCESSO DI UNA IDEA IMPRENDITORIALE: È FONDAMENTALE AVERE COLLABORATORI ESPERTI E CAPACI DI RAPPORTARSI CON LA CLIENTELA E BISOGNA SEMPRE PROVVEDERE ALLA LORO FORMAZIONE.



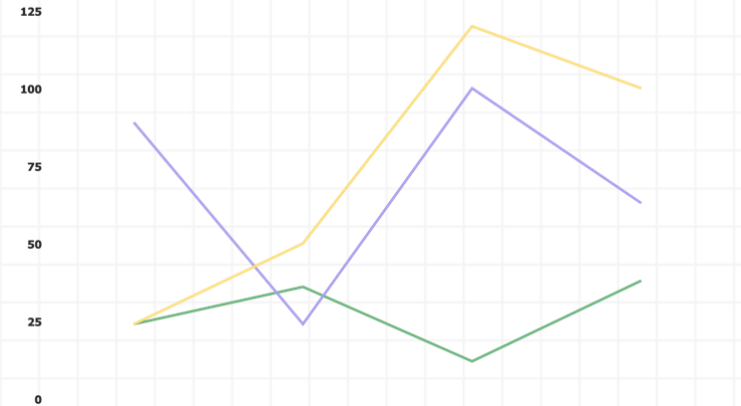
06



PREVISIONI ECONOMICO- FINANZIARIE

D. LE PREVISIONI ECONOMICO-FINANZIARIE

- IL PIANO ECONOMICO-FINANZIARIO È LA PARTE PIÙ COMPLESSA DEL BUSINESS PLAN. IN QUESTA SEZIONE SI CALCOLA IL FABBISOGNO FINANZIARIO DEL PROGETTO E SI ANALIZZANO DIVERSE FASI:
 - a) PIANO DEGLI INVESTIMENTI;
 - b) PIANO DELLE FONTI DI FINANZIAMENTO;
 - c) PIANO DI COSTI E RICAVI;
 - d) BILANCIO PREVISIONALE;

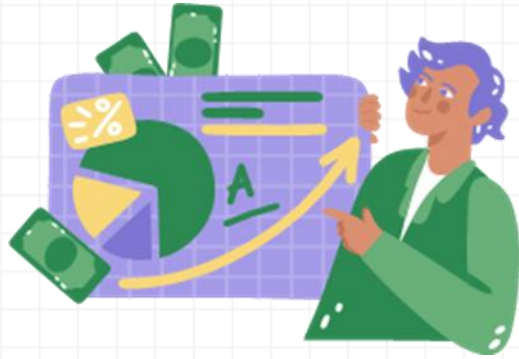


a) Il piano degli investimenti

SERVE A CAPIRE QUANTO CAPITALE È NECESSARIO PER LA COSTITUZIONE DELL'IMPRESA E PER IL SUO FUNZIONAMENTO.



b) Il Piano delle fonti di finanziamento



INDICA ATTRAVERSO QUALI FONTI L'IMPRENDITORE ACQUISTERÀ I BENI CHE SERVONO PER AVVIARE L'IMPRESA: FONTI INTERNE (CAPITALE FORNITO DAI SOCI) O FONTI ESTERNE (PRESTITI O FINANZIAMENTI AGEVOLATI).

c) il piano di costi e ricavi



SERVE PER CAPIRE SE L'IMPRESA È IN GRADO DI PRODURRE UN UTILE:

- ANALISI DEI RICAVI
- ANALISI DEI **COSTI** (Es. Materie prime, stipendi, energia, affitti, telefono, ecc.).

d) Il bilancio previsionale

E' composto da:

- ✓ *Conto Economico* (stime dei ricavi che l'imprenditore pensa di ottenere e dei costi da sostenere per la produzione nell'arco di un anno);
- ✓ *Stato patrimoniale* che si compone di Attivo (beni presenti e loro valore) e Passivo (fonti di finanziamento);
- ✓ *Piano dei flussi di cassa* (liquidità dell'impresa per evitare improvvise carenze di risorse finanziarie). E' necessario stimare mensilmente entrate e uscite; dalla differenza tra le due si ottiene il saldo netto mensile (utile).



GRAZIE!

E buona fortuna a tutti!



CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**, and infographics & images by **Freepik**

Please keep this slide for attribution