

Il business plan

Pubblicato: Venerdì 18 Gennaio 2019



Dare vita a una nuova attività è un progetto spesso difficile e ambizioso. Molte sono le incombenze di cui occorre occuparsi, per non parlare dei lacci burocratici (soprattutto se si vive in Italia che non è notoriamente uno dei paesi più facili da questo punto di vista).

Superate poi le problematiche riguardanti le normative, quando si apre una nuova attività bisogna poi considerare la **pianificazione strategica**, sia dal punto di vista organizzativo che economico. In questo ambito rileva proprio il discorso riguardante la **redazione di un business plan**.

Ma cos'è un business plan? Quest'ultimo altro non è che un documento che fa il punto, sintetizzando i contenuti e le caratteristiche di un progetto imprenditoriale. Una sorta di **mappa del nuovo progetto**. Oltre a fare chiarezza, il business plan è essenziale perché è anche il documento che in genere viene presentato per ottenere un finanziamento. Dunque deve essere scritto anche in modo da persuadere l'interlocutore, da cui magari dipende la nascita stessa dell'attività.

Vediamo in modo sintetico quali caratteristiche dovrebbe possedere un business plan redatto in modo completo e professionale (per visionare un esempio di business plan, si può fare riferimento al sito softwarebusinessplan.it).

Il business plan professionale per una nuova attività

Come abbiamo già accennato, un business plan che si rispetti deve per forza di cosa partire dall'**idea di business**. Questa parte è fondamentale perché è anche quella che verrà letta da un socio o potenziale investitore.

L'idea deve fare sintesi e chiarezza sul nuovo progetto imprenditoriale. Vi devono essere riportati i tratti salienti del nuovo business, il mercato di riferimento, in cosa si distinguerà dai *players* già presenti, come sarà organizzata l'impresa, le persone coinvolte e ovviamente una stima delle risorse finanziarie. L'idea di business avendo una **natura persuasiva** deve anche essere scritta in modo piuttosto "accattivante".

Analisi del mercato e descrizione del servizio

Un business plan professionale deve ovviamente contenere poi un'**analisi del mercato** dove si andrà ad operare e una **descrizione del prodotto/servizio** che si vuole portare a mercato.

L'analisi del mercato di riferimento e dei competitors è un altro punto fondamentale per il successo di un nascente business. Capire con anticipo i punti di forza e di debolezza dei competitors può aiutare a non commettere errori poi (o quanto meno a commetterne di meno).

Nella descrizione del prodotto o servizio che andremo a portare a mercato, bisogna sottolinearne i bisogni che andrà a coprire relativamente al segmento di pubblico a cui ci si rivolgerà. In un mondo affollato e competitivo come è quello di oggi, un nuovo servizio per affermarsi deve per forza di cosa distinguersi in qualcosa di rilevante rispetto alla concorrenza. Ci si riferisce a quella che nel gergo del

marketing viene definita **Unique Selling Proposition**.

Il piano di Marketing e il piano Organizzativo

Un business plan che si rispetti, dedica poi ampio spazio al **piano di marketing** e a quello che riguarda l'organizzazione di impresa. Con il primo non si intende solamente la promozione del servizio. Il piano di marketing è l'insieme delle azioni poste in essere per raggiungere gli obiettivi aziendali di vendita. Vi rientrano anche considerazioni su come fissare il prezzo e sulla strategia di distribuzione del prodotto/servizio.

Il piano organizzativo invece va a delineare l'ossatura dell'impresa: risorse umane, forma giuridica, fornitori e tutti gli altri aspetti essenziali legati all'organizzazione aziendale.

Il Piano Economico e Finanziario

Veniamo al **cuore pulsante di un business plan**. Si tratta della parte più tecnica di un business plan. Delineare però in modo più preciso possibile gli aspetti economico-finanziari di una nuova attività può fare la differenza.

Nel piano economico rientrano: la stima dei ricavi e cioè il fatturato, i volumi di produzione, i costi fissi e variabili, gli investimenti e i possibili scenari alternativi. Tutto ciò in genere è sintetizzato nel **bilancio CEE** che può avere un orizzonte temporale di tre o cinque anni, e nel **rendiconto finanziario**.

Come già si può intuire da questa breve disamina, scrivere un business plan non è per niente facile e se non si è in grado è fondamentale richiedere l'aiuto di un professionista. I dati statistici d'altronde parlano chiaro: **il 50% delle nuove attività chiude i battenti entro un anno dall'apertura, l'80% entro 5 anni**.

Questo spesso si può evitare pianificando in modo accurato e professionale, le tappe di gestazione di un nuovo progetto imprenditoriale.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it