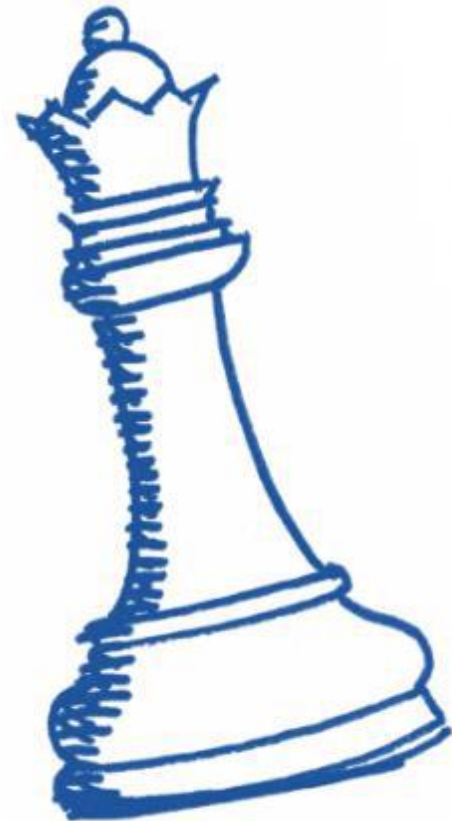


# FAI LA MOSSA GIUSTA PER DIVENTARE IMPRENDITORE

Klodian Muço



## BUSINESS PLAN: SOSTENIBILITÀ DI UN PROGETTO

#1 Lo strumento: Il business plan

#2 Un esempio concreto

#3 Il credito alle start-up



# EXECUTIVE SUMMARY

- Idea imprenditoriale
- Problema che vogliamo risolvere
- Soluzione proposta
- Target di mercato
- Modello di ricavi
- Investimento necessario





## COS'È IL BUSINESS PLAN

- Il business plan (piano aziendale) è un documento di pianificazione che traduce l'idea imprenditoriale in PROGETTO.
- “Il valore di un'idea sta nel metterla in pratica”. Thomas Edison.

# L'IMPORTANZA DEL PROGETTO

- Un progetto consiste nell'organizzazione di azioni nel tempo per il perseguimento di uno scopo predefinito.
- Possiamo definirlo come:
- STUDIO PREPARATORIO DI UN'OPERA O IMPRESA
- Il progetto è l'anello di congiunzione tra idea e azione.

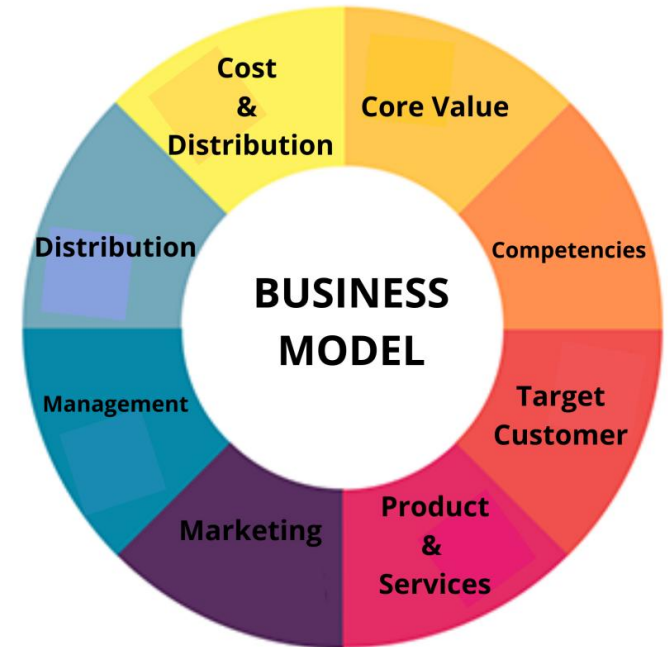


## IL PROCESSO. IDEA, PROGETTO, BUSINESS



# BUSINESS MODEL

- Proposta di valore (value proposition)
- Clienti target
- Canali di vendita
- Relazione con i clienti
- Fonti di ricavo
- Struttura dei costi



## IL BUSINESS PLAN, DEFINIZIONE

Il business plan è il documento di pianificazione che descrive l'idea imprenditoriale sotto forma di progetto e ne consente la valutazione oggettiva in termini di:

FATTIBILITÀ / SOSTENIBILITÀ  
dell'attività.



# L'ANALISI DI FATTIBILITÀ/SOSTENIBILITÀ

- Permette di stabilire se l'attività può:
  - sostenere i costi preventivati
  - generare un profitto
- È importante considerare tutti elementi che influenzano la real del progetto.



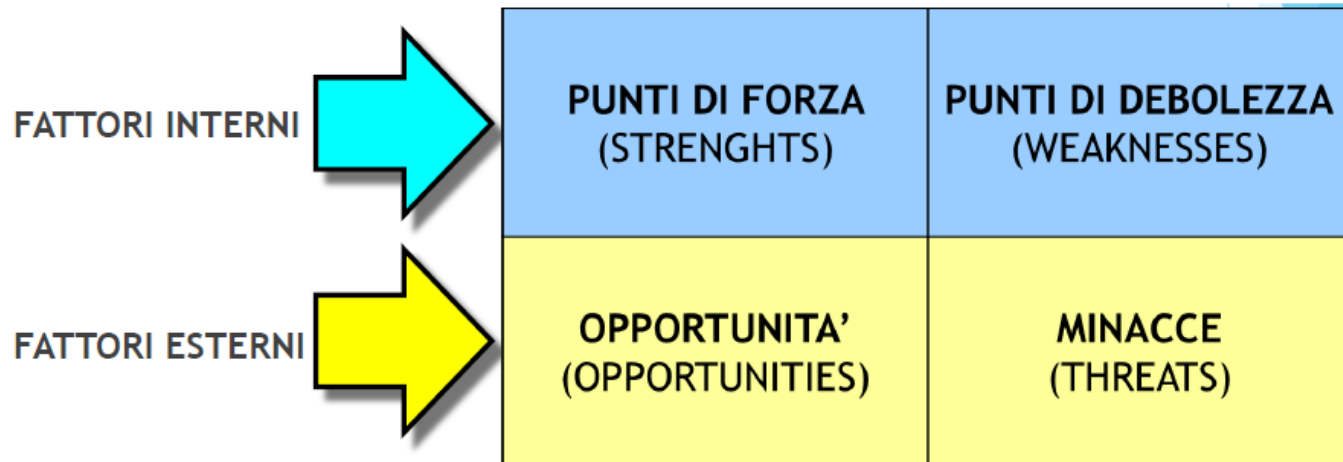
# LA CONSAPEVOLEZZA DELLA FUTURA ATTIVITÀ D'IMPRESA

Il business plan esplicita tutti gli elementi del progetto per:

- pianificarli
- analizzarli
- individuare punti critici
- valutarne le ricadute



## IL METODO DELLA SWOT ANALYSIS



## ANALISI SWOT – ESEMPIO PRATICO

| PUNTI DI FORZA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | DEBOLEZZE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Competenze specialistiche di marketing</li> <li>- Accesso esclusivo alle risorse naturali</li> <li>- Brevetti</li> <li>- Nuovo prodotto o servizio innovativo</li> <li>- Ubicazione dell'attività</li> <li>- Vantaggio costo attraverso il know-how della proprietà</li> <li>- Processi e procedure di qualità</li> <li>- Marchio o reputazione forte</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mancanza di competenze specialistiche di marketing</li> <li>- Prodotti e servizi differenziati (es. in rapporto ai competitori)</li> <li>- Ubicazione dell'attività</li> <li>- I competitor hanno accesso superiore ai canali di distribuzione</li> <li>- Qualità dei beni e dei servizi scadenti. Reputazione danneggiata</li> </ul> |
| OPPORTUNITA'                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | MINACCE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sviluppare il mercato</li> <li>- Fusioni, imprese comuni, alleanze strategiche</li> <li>- Entrare in nuovi segmenti attraenti di mercato</li> <li>- Nuovo mercato internazionale</li> <li>- Scioglimento delle regolamentazioni</li> <li>- Un mercato condotto da un competitore debole</li> </ul>                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un nuovo competitor nel mercato interno</li> <li>- Guerra di prezzi</li> <li>- Il competitor ha un nuovo prodotto o un nuovo servizio competitivo</li> <li>- Nuove regolamentazioni</li> <li>- Barriere commerciali incrementate</li> <li>- Una nuova tassa potenziale sul prodotto o servizio</li> </ul>                             |

# ANALISI DEL MERCATO

## Dimensione del mercato

- Crescita del settore
- Segmenti di clienti
- Trend del settore
- Principali competitor

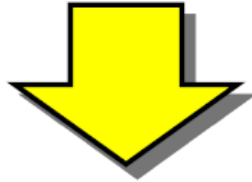
## L'analisi deve includere

- Clienti
- Mercato
- Concorrenza
- Supply chain
- Macro ambiente (PESTEL)



## IMPORTANZA DEL BUSINESS PLAN IN FASE DI FINANZIAMENTO

**Un business plan efficace racchiude in sé tutte le informazioni utili per valutare un progetto di impresa.**



**il business plan fornisce alla banca tutte le informazioni  
utili per valutare una start-up.**

## FUNZIONI INTERNE



Per quanto riguarda la **gestione della propria attività** il b.p. si rivela essere un utile **strumento di**:

- analisi, per **valutare la fattibilità** di una nuova iniziativa/programmad'investimento
- **pianificazione**, per valutare nuovi programmi d'investimento
- **monitoraggio**, e controllo delle dinamiche di sviluppo dell'attività (ex-post)
- **apprendimento e approfondimento della propria idea imprenditoriale**

## FUNZIONI ESTERNE



Può essere impiegato per:

- richiedere finanziamenti
- concorrere ad agevolazioni pubbliche
- promuovere nuovi rapporti commerciali

## STRUTTURA DEL DOCUMENTO

Due sezioni complementari:

**PARTE QUALITATIVA** (DESCRITTIVA), dove vengono presi in considerazione e illustrati **tutti gli aspetti fondamentali** che compongono il progetto imprenditoriale.

**PARTE QUANTITATIVA** (NUMERICA), nella quale si mira a individuare i risultati attesi dell'iniziativa attraverso **proiezioni economico-finanziarie**.

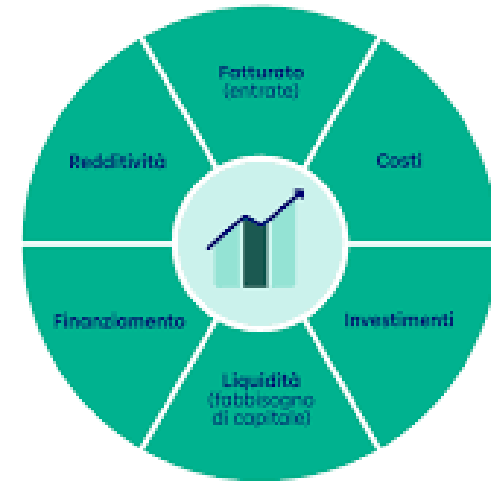


# PIANO FINANZIARIO



## Investimento iniziale

- Costi operativi
- Previsioni di ricavi
- Break-even point
- Cash flow



# I PUNTI DI FORZA DEL SERVIZIO DI BUSINESS PLANNING



---

1. Elevata rispondenza alle esigenze bancarie

---

2. Qualità del servizio

---

3. Benchmark di micro-settore

---

4. Prezzo competitivo



# ACCESSO AL CREDITO PMI SCENARIO ATTUALE

**Le micro/piccole imprese (meno di 4 addetti) costituiscono:**

la spina dorsale dell'economia albanese, ma in ambito di richiesta di fonti finanziarie agli istituti di credito incontrano:

**difficoltà altissime (e crescenti) nell'accesso al credito,**

**condizioni più severe rispetto alle grandi imprese (di tasso e di oneri accessori),**

**maggiori garanzie da prestare**

## RIEPILOGO PER LE START-UP

Le richieste di finanziamento da parte delle aziende start-up vengono valutate dalle banche seguendo questi tre punti:

- 1.L'Impresa e il suo business**
- 2.Capitale investito dall'Imprenditore o dai Soci (Mezzi Propri)**
- 3.Le garanzie per la mitigazione del rischio**



# IL CREDITO ALLE START-UP

Le aziende di nuova costituzione, per loro natura, non posseggono le informazioni storiche su cui le banche basano in larga parte il proprio giudizio nel concedere finanziamenti:

**1.DATI DI BILANCIO (anno in corso e due esercizi precedenti)**

**2.REGOLARITÀ NEI PAGAMENTI e rimborsi dei finanziamenti in essere (analisi andamentale)**

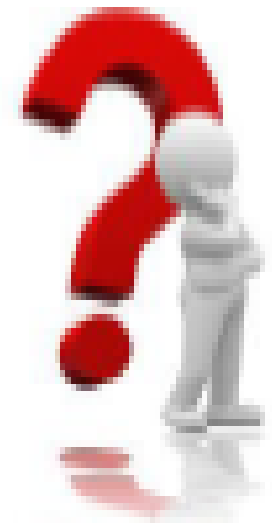


# QUINDI...

Determinati:

1. **ammontare di MEZZI PROPRI** da impiegare,
2. **GARANZIE** che possono essere presentate a supporto della richiesta di finanziamento,

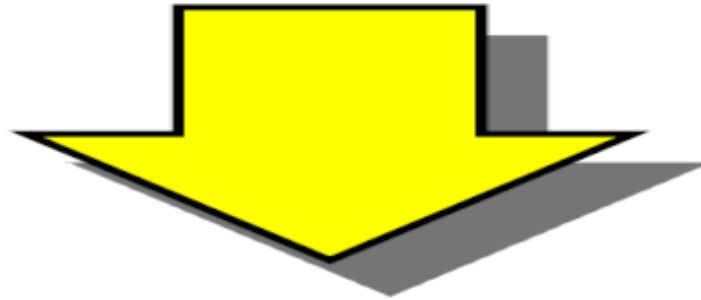
- si denota, a differenza delle aziende già avviate, l'assenza di dati storici
- sull'impresa che si traduce in una maggiore **DIFFIDENZA** degli istituti di credito
- (e di tutti i finanziatori/investitori in genere) verso le aziende start-up.



## DARE INFORMAZIONI PER ESSERE VALUTABILI

Per colmare, in parte, questa fisiologica carenza di informazioni è necessario fornire alla banca un documento che descriva in modo:

- **chiaro**
- **completo**
- **efficace**



# IL PROGETTO DI IMPRESA