

Sei passi per creare un'impresa

Creare impresa è il sogno di molti italiani.

L'Italia è un paese di imprenditori; nel 2015 fonte dati Unioncamere c'erano 6.057.000 imprese.

Il 95% di queste sono piccole e medie imprese con meno di 10 addetti. 372.000 sono le nuove imprese a fronte di 327.000 cancellazioni. Di queste 66.202 sono costituite da under 35; Quindi, nonostante la nostra politica ce la metta tutta per affossare il sistema imprenditoriale c'è molto fermento, molte nuove imprese ma anche molte imprese che non ce la fanno.

In questo articolo ti faccio vedere quali sono i passaggi da fare per avere la massima probabilità di successo. Da notare che anche chi ha un'impresa avviata deve sempre rinnovarsi e quindi ripercorrere i sei passaggi, solamente non deve ripartire da zero.

Ci sono sei passi che devi fare se vuoi aprire la tua attività (ma anche mantenerla)

1. passo: individuare una nicchia di mercato con bisogni insoddisfatti
2. passo: definire un prodotto/servizio da offrire
3. passo: posizionare il prodotto sul mercato
4. passo: organizzare l'azienda
5. passo: stabilire gli obiettivi
6. passo: definire la strategia di mercato il piano di azione e il marketing mix

1 passo: individuare una nicchia di mercato con bisogni insoddisfatti

Se giri per il web c'è un sacco di gente che ti spiega che devi trovare una nicchia, il più bravo di tutti (e il primo a parlarne) a mio avviso è lui, [Robin Good](#).

Poche persone ti dicono come fare. La brutta notizia è che devi fare fatica a trovare la tua nicchia, perché la nicchia devi andare a cercarla.



Puoi cercarla su

- Google trends
- nelle parole chiave di Google adwords
- nelle ads di Facebook
- puoi recuperare ricerche nei siti di statistica o nei siti istituzionali (Regione, Provincia, camere di commercio).

Ti consiglio vivamente di fare le tue ricerche

Sulle ricerche di mercato ho scritto questo post

[Ricerche di mercato, l'errore che fanno tutti](#)

Devi cercare tre cose:

- un settore favorevole
- un settore con clienti che hanno dei problemi specifici da risolvere o dei benefici che considerano importanti e per cui sono disposti a pagare
- le risorse o la passione per diventare bravo a risolvere quel problema o soddisfare un beneficio importante

2.passo: definire un prodotto/servizio da offrire

Quando hai trovato la tua nicchia il passo successivo è progettare il tuo prodotto.

Oggi la frontiera dell'imprenditorialità è di provare una unità minima di prodotto (MVP, minimum viable product) e vedere se il mercato lo acquista.

In questo articolo di [Samuele Onelia](#) trovi descritto in dettaglio questo sistema

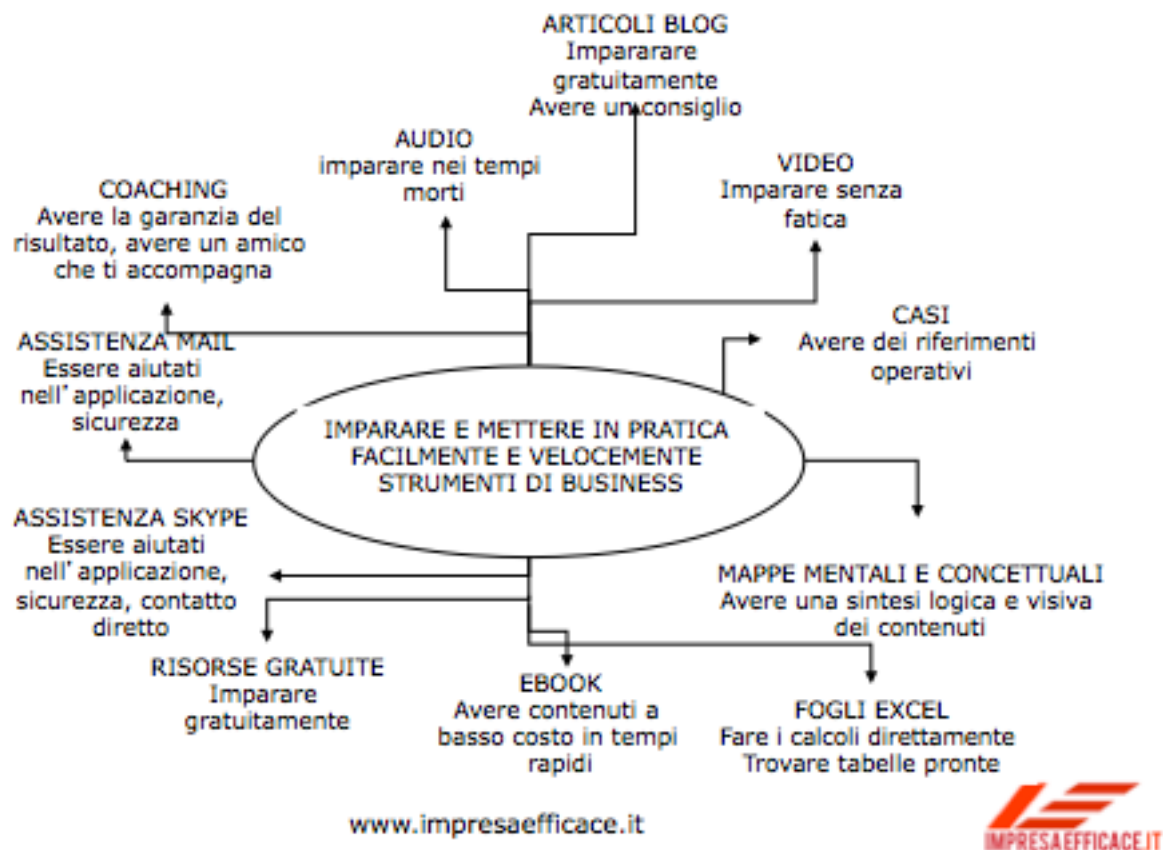
Un bel libro sull'argomento è



Per progettare il tuo prodotto o servizio ti consiglio di fare una mappa delle funzioni del prodotto e di tutti i benefici che sono associati alle funzioni, partendo da quella centrale, la funzione principale del prodotto, che è il motivo per cui il tuo mercato acquista, e sviluppando tutti gli altri benefici.

La mappatura ti servirà poi per scegliere il posizionamento del prodotto.

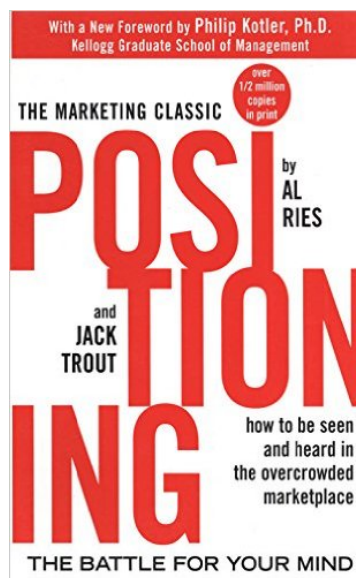
questa è la mappatura del mio blog;



tieni conto che la funzione centrale è quella che rappresenta il problema che risolvi e per cui ti pagano, mentre i benefici che offri sono il grilletto per la motivazione all'acquisto e ricordati che la gente compra soluzioni ai problemi o benefici.

3 passo: posizionare il prodotto sul mercato

questo è il passo più importante. Il libro top è questo:



Posizionarsi vuol dire essere percepiti come i più bravi a offrire un beneficio importante per il mercato. Si possono utilizzare delle mappe di posizionamento.

Performance azienda	alta	Avere la pizza a casa velocemente		
	media			
	bassa			
		alto	medio	basso
		beneficio		

www.impresaefficace.it

ci sono due cose importanti che devi fare:

- devi individuare un beneficio importante per il mercato
- devi essere in grado di offrire un livello di eccellenza su quel beneficio.

Ad esempio la pizza è un prodotto comunissimo, in un settore ultra concorrenziale.

La prima cosa che si guarda in questo caso è il prezzo e il gusto; ma chi a suo tempo si è posizionato sul beneficio della comodità, la pizza a domicilio, ha spostato il focus.

Le persone

4 passo: organizzare l'azienda

Arrivato a questo punto devi organizzare l'azienda nelle sue tre funzioni principali



- La produzione o l'erogazione del servizio.

Devi pensare come fare a produrre o erogare il servizio, a quale competenze devi avere o acquisire, quali tecnologie ti servono, con quali e quanti persone devi collaborare e quali investimenti fare.

- Commerciale e Marketing

La stessa cosa devi farla per il marketing che ti permetterà di posizionare il tuo prodotto e farlo acquistare.

L'errore che fanno molte startup è proprio quello di non destinare risorse al marketing.

Ricordati che investimento vuol dire o soldi o tempo che impieghi.

- Amministrazione e Controllo

La terza funzione che devi presidiare è l'amministrazione e il controllo della gestione dell'azienda.

Di solito ci pensa il commercialista, ma se vuoi avere sotto controllo l'azienda devi capire l'ABC del tuo bilancio e controllare gli indicatori chiave della tua attività.

Organizzare l'azienda vuol dire anche scegliere quale vestito deve avere, ossia quale forma giuridica.

Una impresa individuale, una società di persone o una società a personalità giuridica.

Nelle prossime puntate vediamo quali caratteristiche hanno.

Un bel modello per organizzare la tua impresa è Il Business Model Canvas



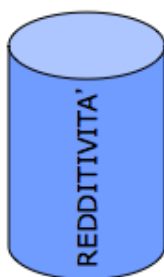
5 passo: stabilire gli obiettivi

Gli obiettivi che devi stabilire sono

- Economici
- Di mercato
- Organizzativi

Gli obiettivi economici sono 4

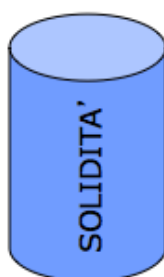
GLI OBIETTIVI ECONOMICI SONO:



☐ ROI

☐ ROS

☐ ROE



☐ PATRIMONIO

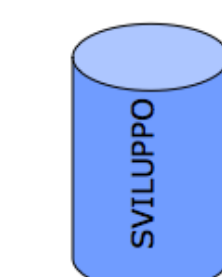
☐ DEBITI

☐ POSIZIONE

FINANZIARIA



☐ CASH FLOW



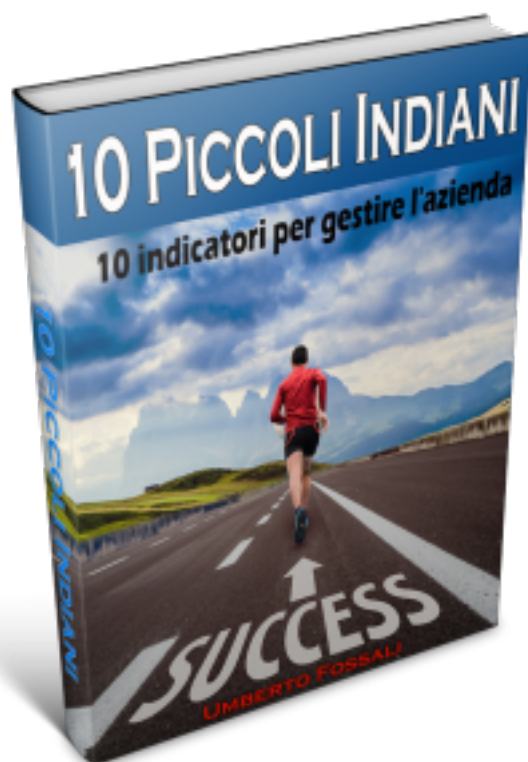
☐ INVESTIMENTI

☐ FATTURATO

☐ FINANZIAMENTI

ne ho parlato in questo articolo:

[Gli obiettivi di un'impresa](#)

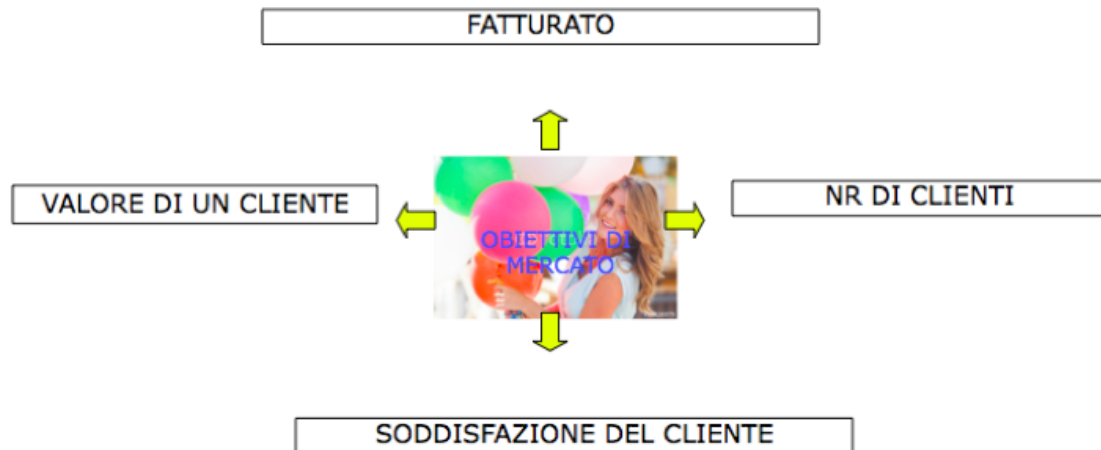


Attenzione che se fai l'imprenditore hai due fonti di reddito:

1 lo stipendio legato al tuo lavoro all'interno dell'impresa; decidi tu qual è l'ammontare del compenso che pensi di darti. Questo è legato al fatto che se il lavoro non lo facessi tu dovresti assumere una persona al posto tuo.

2 il compenso dell'imprenditore, che è legato al capitale che investi, ai rischi che prendi e all'orario di lavoro continuato; diciamo almeno il 15% del capitale investito.

Gli obiettivi di mercato servono a raggiungere gli obiettivi economici.



Quanto fatturato ti serve per raggiungere i tuoi obiettivi economici?
Lo puoi calcolare con la formula di break even, [la trovi qui](#)

Quanti clienti ti servono?

Quanti nuovi clienti?

Quale livello di soddisfazione?

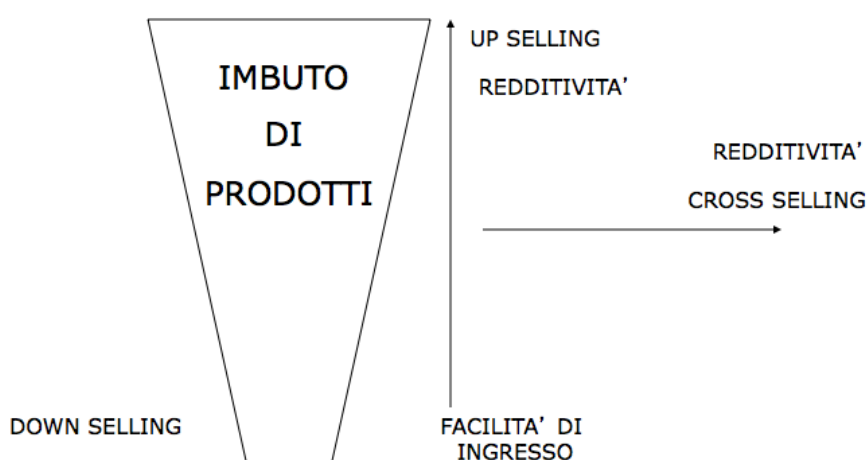
Gli obiettivi organizzativi ti permettono di sviluppare competenze, tecnologie, metodi, processi per raggiungere gli obiettivi di mercato. Gli obiettivi organizzativi possono riguardare:

- persone
- competenze da acquisire
- tecnologia
- innovazione
- motivazione
- processi

6 passo definire la strategia di mercato il piano di azione e il marketing mix

Adesso sei pronto, puoi scatenare il tuo marketing mix

Prima di tutto hai bisogno di una strategia di ingresso, il classico imbuto di marketing.



Devi creare un prodotto di valore che permetta un facile ingresso ai tuoi potenziali clienti, e poi creare dei prodotti di up selling di valore più elevato.

Ricordati che per convincere il tuo cliente ad acquistare devi fare tre passi:

- motivarlo a considerare la tua offerta
- informarlo sulle caratteristiche della tua offerta
- rassicurarlo sulla vendita

TRE MOSSE PER CATTURARE IL CLIENTE:

1 MOTIVARLO A CONSIDERARE L' OFFERTA



PRESENTARGLI I BENEFICI DEL PRODOTTO

2 INFORMARLO SULLE CARATTERISTICHE DELL' OFFERTA:



DESCRIVERGLI CARATTERISTICHE E FUNZIONALITA' DEL PRODOTTO

3 RASSICURARLO SULLA VENDITA:



DARE GARANZIE, PRESENTARE REFERENZE, OFFRIRE L' OPZIONE DI RIMBORSO

Poi devi pensare al tuo sistema di marketing; io che sono un vecchio bacucco sono ancora legato alle 4 P, naturalmente oggi ci sono molte varianti, ma cadono tutte in quelle 4 categorie e quindi non vale la pena complicarsi la vita:

Prodotto

Hai scelto il posizionamento, devi esaltare le caratteristiche del prodotto che sottolineano il posizionamento.

Hai presente una certa società che si presenta con "Think different?".

Hai mai preso un loro prodotto?

Quando scarti la confezione sembra di scartare una navicella spaziale, anche la confezione ha design, innovazione e creatività.

Non occorre essere la Apple per legare il prodotto al posizionamento: i miei amici della [Cascina Gaggioli](#), che vendono la carne da loro prodotta, fanno visitare la stalla ai loro clienti e il sabato i loro clienti possono comprare la carne e farsi la grigliata direttamente in cascina, per avvalorare un posizionamento legato a un prodotto genuino, sicuro, fatto in campagna

Prezzo

Il prezzo è giusto? Devi scegliere la classe di prezzo dei tuoi prodotti; attenzione che le persone associano il prezzo al valore e alla qualità.

Devi conciliare una strategia di entrata a basso prezzo con l'idea che i tuoi prodotti o servizi abbiano valore.

Pubblicità e promozione

Qui c'è dentro il mondo, il web, i social, un sito, un blog, you tube etc, ma anche le forme di pubblicità tradizionali, radio, giornali, tv etc; ci sono anche gli eventi e le relazioni che coltivi, le partnership.

Devi organizzare il modo in cui vuoi essere visibile al mondo. Se vuoi un marketing a basso costo ti consiglio vivamente le strategie di [guerrilla marketing](#)

questo è un bel libro da leggere



Placement

Come vendi il tuo prodotto? Quanto è facile acquistarlo? Il placement è la modalità con cui fai arrivare il tuo prodotto o servizio ai tuoi clienti. Puoi vendere

- Con un punto di vendita
- Con dei distributori
- Porta a porta
- Tramite il web
- Con degli agenti
- Con delle affiliazioni
- Con delle macchinette
- Etc

Maggiori sono le possibilità di trovare il tuo prodotto maggiori saranno le tue vendite.

Anni fa lavorando con un'azienda di trasporti sul problema delle persone che non pagano il biglietto, scoprimmo che il 30% delle persone, semplicemente non riuscivano ad acquistarlo, perché le macchinette erano guaste.

Ricordati che lo il tuo piano marketing deve valorizzare il posizionamento del tuo prodotto

Quando hai pensato alla strategia devi passare in azione. Io uso una tabella come questa:

AZIONI

AZIONE	OBIETTIVO	TEMPI	BUDGET	FATTO
Descrivi l'azione	Qual è l'obiettivo misurabile	Entro quanto tempo	Quanti soldi e quanto tempo delle persone decidi di dedicare	
Campagna adwords	Roi 15%	Entro marzo	1.000 euro	
Facebook ads	Roi 15%	Entro febbraio	500 euro	
Restyling sito	Aumento del 20% del traffico	Entro febbraio	Un'ora al giorno	
Piano editoriali articoli	Aumento del 20% del traffico	Entro febbraio	Tre ore alla settimana	

A questo punto ti auguro buon lavoro e ti aspetto nei prossimi articoli



se vuoi saperne di piu' su bilancio e gestione si impresa questi sono i miei ebook

Se vuoi saperne di piu' su come ridurre i costi



Se vuoi capire come fare un budget di vendita



qui invece parlo dell'analisi di bilancio



qui puoi trovare come usare il margine di contribuzione



e infine qui impari a fare il rendiconto finanziario

