

Lo scenario per nuove imprese e nuovi imprenditori

Gli imperativi dello scenario

- Globalizzazione
- Stato
- Società'
- Imprenditorialità
- Impresa
- Mercato del lavoro
- Lavoro autonomo
- Neoimpresa

Gli imperativi dello scenario

- Trade
- Consumatore/utilizzatore
- Concorrenza
- Fornitori
- Sistema finanziario
- Politica e economia
- Innovazione tecnologica
- Informazione

Gli imperativi dello scenario

- Comunicazione
- Internet
- Ecologia
- Consumerismo
- Formazione

La risposta allo scenario

- La risposta della neoimpresa richiede:
- intuizione
- Coerenza
- Dinamicità
- Flessibilità
- Azione

La risposta allo scenario

- La neoimpresa deve:
- Rispondere alla domanda dei consumatori
- Realizzare nuovi prodotti/servizi
- Realizzare prodotti/servizi già presenti apportando interventi migliorativi
- Favorire l'occupazione
- Contribuire alla crescita economica

Definizione d'impresa

- Art.2082 C.C. “ E’ imprenditore chi esercita professionalmente un’attività economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni e servizi”

Definizione d'impresa

- Impresa:
- Esercizio di un'attività economica diretta alla produzione o allo scambio di beni o servizi
- Un'organizzazione formalmente costituita che ha la disponibilità di competenze professionali necessarie per gestire

L'imprenditore

- Colui che trasforma le idee e le risorse che ha a disposizione in sviluppo, lavoro, ricchezza, in cose reali
- L'imprenditore è la sua impresa
- Essere imprenditore è colui che deve essere in grado di ben coordinare tutte le risorse personali, finanziarie, tecniche, logistiche necessarie per l'attività dell'impresa

L'imprenditore

- Colui che accetta una sfida con se stesso
- Deve credere nel proprio progetto imprenditoriale
- Volerlo realizzare

L'imprenditore

- Tipologie di imprenditori:
- Commerciale
- Agricolo
- Piccolo imprenditore/artigiano

L'imprenditore

- Imprenditore si nasce o si diventa?

Caratteristiche dell'imprenditore

- Indipendenza/autonomia
- Motivazione
- Concentrazione
- Lungimiranza
- Entusiasmo
- Ambizione
- Pragmatismo
- Ottimismo/positività

Caratteristiche dell'imprenditore

- Creatività
- Fiducia in se stesso
- Fiducia negli altri
- Collaborazionismo
- Energia e salute
- Integrazione familiare e sociale
- Imprenditività
- Prudenza

Caratteristiche dell'imprenditore

- Proprietà dei compiti
- Responsabilità
- Propensione e accettazione del rischio
- Leadership
- Assertività
- Calma/self-control
- Capacità decisionale
- Capacità innovativa

Caratteristiche dell'imprenditore

- Capacità d'informarsi
- Capacità di comunicare
- Competenza ed esperienza
- Conoscenza del settore
- Competenze tecniche
- Competenze gestionali
- Capacità di relazionarsi
- Capacità di delegare
- Capacità di pianificare
- Formazione

Variabili strategiche per rispondere allo scenario

- Orientamento imprenditoriale – orientamento al marketing
- Riscontro della globalizzazione – qualità totale
- Innovazione tecnologica – management
- Personale – flessibilità
- Standardizzazione produttiva - specializzazione

Variabili strategiche per rispondere allo scenario

- Diversificazione – servizio post-vendita
- Customer satisfaction - alleanze

Che cosa è lo start up

- Intervento e periodo di avvio di una nuova impresa
- Guida per realizzare l'idea imprenditoriale
- Strumento per valutare i rischi
- Strumento di controllo

Lo start up

- Si basa su tre elementi fondamentali:
- L'imprenditore
- L'idea imprenditoriale
- Il progetto d'impresa

La strategia di start up

- Affinche' sia fruttuosa dovrà:
 1. Proporsi un progetto realista
 2. Assicurare al progetto una crescita progressiva
 3. Impegnare l'imprenditore in molteplici funzioni

Obiettivi da conseguire con lo start up

- Individuare o suscitare l'idea imprenditoriale
- Guidare il processo di realizzazione dell'impresa
- Formulare l'idea in un progetto
- Verificare la validità e la fattibilità
- Convincere se stessi e gli eventuali altri partner

Obiettivi da conseguire con lo start up

- Esaminare e valutare i rischi e le opportunità
- Decidere o non di realizzare l'impresa
- Predisporre un processo dalla formulazione del progetto d'impresa fino al lancio sul mercato
- Predisporre il piano di sviluppo del progetto

Obiettivi da conseguire con lo start up

- Indicare gli interventi strutturali, tecnico-operativi, produttivi, commerciali, di marketing, professionali
- Lanciare il progetto di impresa
- Fare reddito
- Controllare i possibili sviluppi

Ricerca di mercato a supporto del progetto d'impresa

- Conoscere il mercato:
- Conoscere il settore
- Conoscere la domanda
- Conoscere sistema distributivo
- Conoscere concorrenza
- Conoscere barriere entrata mercato

Analisi di mercato

- Fattori demografici
- Fattori economici
- Fattori sociali
- Fattori commerciali
- Fattori politico-legislativi
- Fattori di mercato
- Fattori tecnologici
- Fattori concorrenziali

Conoscere il settore

- Entità, tasso di crescita ed evoluzione
- Stato delle imprese
- Filiera di settore
- Situazione concorrenziale di settore
- Livello di competitività
- Caratteristiche varie di settore
- Tipologia e livello qualitativo prodotti e servizi

Conoscere il settore

- Livello di innovazione
- Livello di differenziazione
- Canali distributivi usati e sistema di vendita
- Tipologie di forniture
- Fattori di successo
- Vulnerabilità del settore
- Opportunità

Conoscere il settore

- Barriere all'entrata
- Protezione brevetti e know how
- Supporto governativo/legislativo

Conoscere la domanda

- Chi e quanti sono i possibili clienti
- Che dimensione ha o potrebbe avere la domanda
- In quale segmento di mercato si comprendono i possibili clienti
- Bisogni e attese da soddisfare
- Comportamento di consumo
- Motivazioni che influenzano l'acquisto

Conoscere la domanda

- Come e quanto si acquista
- Che cosa si pensa dei prodotti/servizi
- Perché dovrebbero acquistarli
- Differenze riscontrate rispetto ai concorrenti
- La domanda oggetto della neoimpresa è sufficiente per garantire il successo
- Prospettive per il futuro

Il consumatore/utilizzatore

- Fattori demografici
- Fattori sociali
- Abitudini di consumo
- Fattori razionali ed istintivi
- Fattori individuali
- Fattori economici
- Abitudini d'acquisto

Conoscere il sistema distributivo

- Canali distributivi esistenti
- Come avviene la distribuzione fisica
- Forme di vendita

Conoscere la concorrenza

- Numero dei concorrenti
- Livello di orientamento e uso del marketing
- Mappa concorrenziale
- Livello di specializzazione, differenziazione, diversificazione
- Struttura produttiva

Conoscere la concorrenza

- Grado di copertura del mercato
- Politiche e strategie di prodotto, prezzo, distribuzione, vendita, comunicazione, promozione
- Possibili reazioni competitive
- Punti di forza e di debolezza
- Capacità finanziaria

Barriere di entrata nel mercato

- Costi di entrata
- Inesperienza
- Economie di scala e prezzi bassi
- Difficoltà distributive
- Notorietà di marca e di prodotto
- Reazioni della concorrenza

L'azione di ricerca

- Indagine desk: Raccolta di dati statistici e di mercato presso fonti accreditate
- Indagine field : Interviste - Sondaggi

Fonti informative

- Camere di commercio
- Associazioni di categoria e imprenditoriali
- Sportelli per neoimpresa
- Sviluppo italia
- Business innovation centres
- Eurosportelli
- Sportelli APRE, ecc

