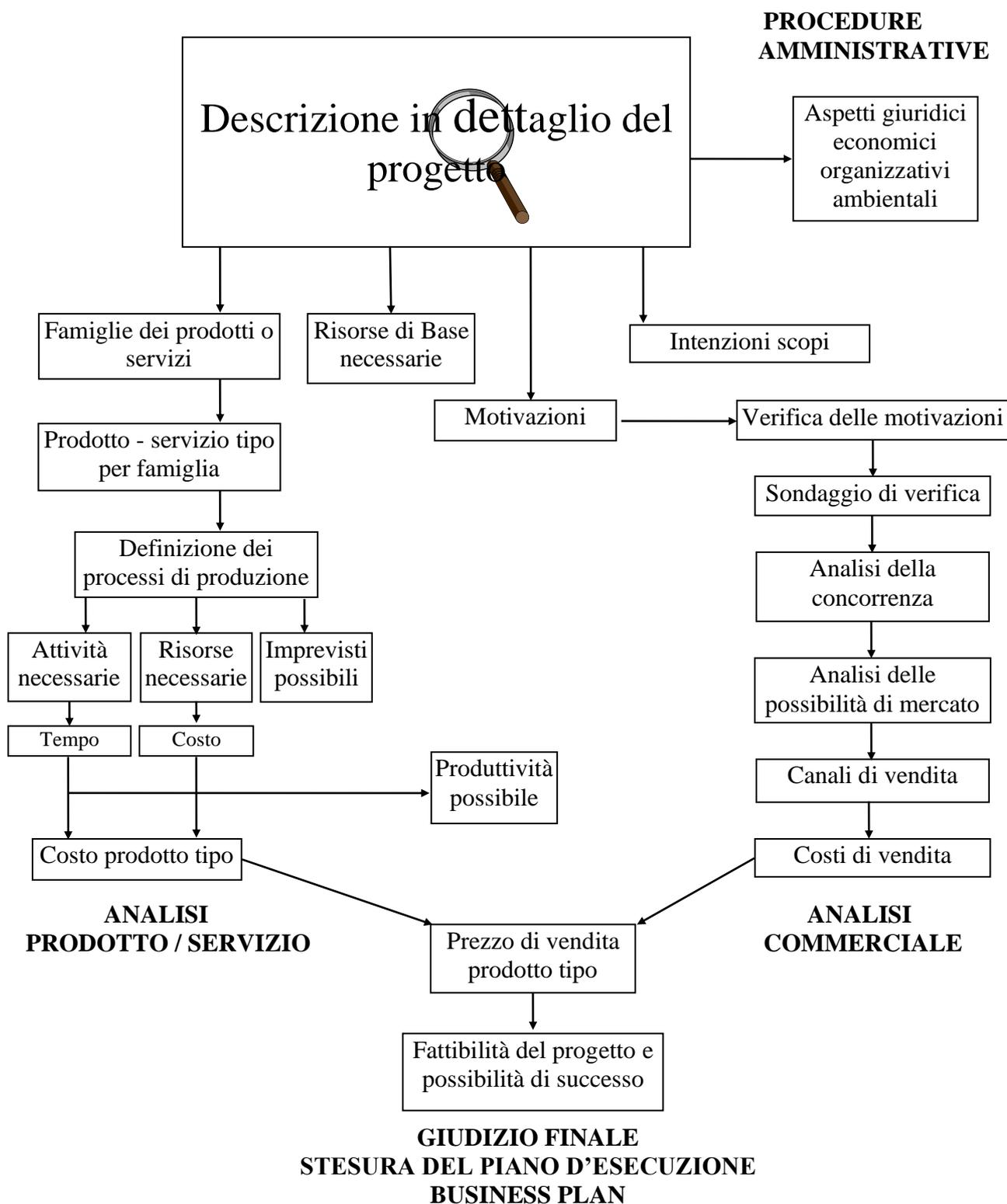


APPROCCIO A UN PROGETTO IMPRENDITORIALE



PROCEDURA PER L'APPROCCIO A UN PROGETTO

Premessa:

Quanto si espone di seguito serve quale traccia da seguire per sviluppare un progetto imprenditoriale. Spiega cosa si deve pensare ed eseguire prima di concretizzare il progetto che si desidera realizzare. Sono suggerimenti per meglio individuare i problemi che dovranno essere risolti. La procedura si basa sullo schema precedente.

Si intende per **Tema** (*corrisponde alle caselle dello schema*) il problema da affrontare e si suggerisce cosa fare

Tema

Cosa fare

Descrizione in dettaglio del progetto

- definire cosa si vuole fare e cosa
- descrivere il modo di vendita
- descrivere le infrastrutture che ho bisogno
- indicare in che località svolgere l'attività e perché
- descrivere come s'intende svolgerla, se da soli o con dipendenti
- descrivere tutto quanto passa per la mente inerente al progetto
-

Intenzioni e scopi

Che intenzione o che scopo avete per eseguire un tale progetto.

- vi serve per vivere
- perché quel tipo di lavoro vi piace
- perché vi sentite di avere le capacità di fare l'imprenditore
- perché ritenete di raggiungere un buon livello economico

Motivazioni

- perché ritenete che la gente ne ha bisogno
- perché è una novità
- perché ritenete di coprire una nicchia di mercato interessante
- perché è una possibilità di fare affari
- perché siete in grado di fornirlo a un prezzo concorrenziale
-

Verifica delle motivazioni

Preparare un lista dettagliata delle motivazioni in modo di poter eseguire un sondaggio di mercato.

Sondaggio di verifica

Interpellate amici, vicini e gente comune e proponete i vostri servizi o prodotti e completate la lista preparata. Ricordatevi di lasciare delle colonne libere nella lista al fine di iscrivere altre motivazioni che gli interpellati vi potrebbero comunicare. Importante avere una colonna in cui segnalate se l'interpellato è uomo o donna e l'età approssimativa. (vedi proposta di tabella)

Esempio lista motivazione per il sondaggio di verifica

Prodotto 1	Prodotto 2	Prodotto 3	<i>Risposte interlocutore</i>				<i>Dati interlocutore</i>		
			Interessa	Dove lo cerca	Lo compra	Consigli	Sesso	Ceto	Età

Analisi della concorrenza Importante è conoscere la concorrenza dell'attività che desidero svolgere. Prima cerco i concorrenti, quindi, dato che non ho ancora l'attività vado a trovarli e vedo come vendono come producono, se sono gentili, se sono competenti se hanno posteggi ecc. Inoltre osservo come presentano la merce e quali prezzi praticano. Un altro consiglio importante è quello di mettersi davanti alla concorrenza e osservare quante persone entrano e se escono con un acquisto eseguito. Notare quanti si fermano ad osservare l'eventuale vetrina. Tutto questo permette di appurare se saremo in grado di fare almeno altrettanto. (vedi proposta di lista analisi concorrenza)

Esempio lista analisi concorrenza

<i>Analisi della concorrenza</i>										<i>Possibili clienti ora</i>				
Concorrente	m ² Locale	Zona	Posteggi	Vetrina	N° commesse	Prestazione	Mobilito	Prezzi	Entrano	Visitano	Comprano	Sesso	ignorano	

Analisi delle possibilità di mercato Eseguito il sondaggio potrete verificare, sulla base delle caratteristiche degli interpellati, qual'è la fascia d'età e di sesso più interessata, qual'è l'interesse e la motivazione. In base a questa analisi potrete constatare per quale ragione la gente comprenderebbe le vostre prestazioni.

Canali di vendita In base al sondaggio potrete anche scoprire, sempre che abbiate previsto nella lista la colonna in cui ponete la domanda, se gli interpellati entrerebbero, per esempio, in un negozio specializzato o preferirebbero far capo ai grandi magazzini, oppure come lo cercherebbero (pagine gialle, annunci su giornale, Internet, ecc.). Da queste risposte potrete individuare quali sono i canali di vendita e che costo generano; costo che ovviamente va aggiunto al prodotto.

Risorse di base necessarie Vengono dedotte dalla descrizione del progetto: Bisogni di infrastrutture come:
locali per esercitare l'attività, apparecchiature tecniche, (macchinari, computer, telefono, veicoli, ecc.)

Famiglie dei prodotti o servizi

Si deve definire almeno la famiglia dei prodotti: alimentazione, ristorazione, calzature, abbigliamento, elettrodomestici ecc. o dei servizi (massaggi facciali, massaggi alla schiena, riparazione computer, riparazioni al motore, ecc.) che si vogliono vendere e compilare una lista che definisca queste famiglie di prodotti o servizi.

Esempio lista prodotti

Nome prodotto e descrizione	Prezzo di mercato	Famiglia prodotto	Genere	Nr. Prodotto	Nr. Famiglia	Numero articolo

Esempio

Scarpa a spillo	SFr. 120.00	Scarpe	S	1	1	S0101
-----------------	-------------	--------	---	---	---	-------

Genere & Nr. Prodotto & Nr. Famiglia = Articolo

Prodotto - servizio tipo per famiglia

Dall'elenco delle famiglie di prodotti o di servizi si sceglie un prodotto tipo (p. es. scarpe a spillo)

Definizione dei processi di produzione servizio

Per ogni prodotto o servizio scelto si descrivono in dettaglio i processi esecutivi.

Per esempio per un prodotto di rivendita:

- Cercare il fornitore
- Eseguire l'ordine
- Controllare la ricezione
- Metterlo negli scaffali e inventariarlo
- Presentarlo ai clienti
- Imballarlo
- Fatturare e/o incassare
- Contabilizzarlo

Per un servizio di riparazione

- Registrare l'ordine
- Programmare l'intervento
- Trasferta andata
- Esecuzione
- Trasferta ritorno
- Fatturarlo
- Controllare l'incasso
- Contabilizzare

Per un servizio di prestazione:

- Ricevere il cliente
- Preparare la prestazione
- Eseguire la prestazione
- Incassare e/o fatturare
- Contabilizzare.

Associazione **MI**crocredito **S**vizzera **I**taliana

Attività necessarie

Per ogni processo sopra descritto si può definire in forma di elenco esattamente cosa si deve fare in dettaglio (p. es. cercare un fornitore tramite Internet o le pagine gialle, quindi telefonargli chiedendo i prezzi ecc.) Tutto questo necessita un certo tempo. Questo tempo lo sommeremo per tutti i processi e così troveremo l'uso del nostro tempo.

Esempio Lista attività

Nome attività	Descrizione operazione	Risorse necessarie	Prodotto	Articolo	Tempo necessario

Tempo

È la somma del tempo necessario dall'inizio dell'esecuzione del prodotto o servizio fino alla vendita dello stesso.

Risorse necessarie

Per l'esecuzione di ogni processo abbiamo bisogno di mezzi (spese), (Telefono, computer, allacciamento Internet, costo della merce o della materia prima, spedizioni, imballi ecc.) alcune di queste sono spese dirette, (costo merce, materia prima, spedizione, ecc.) che vanno caricate direttamente sul prodotto, altre sono spese generali (telefono, computer, affitto, ecc.) che vanno ripartite per la quantità totale di tutti i prodotti eseguiti in un anno.

Imprevisti possibili

È un fattore percentuale determinato dalle difficoltà imponderabili. Esempio la prima volta che devo cercare un fornitore impiegherò più tempo, in seguito avendolo in cartoteca non devo più cercarlo, quindi non impiegherò più questo tempo. Dunque nella colonna "Driver" dell'elenco delle attività indicherò come fattore di riduzione il tempo che risparmierò nell'esecuzione dei prossimi ordini.

Produttività possibile

Dalla somma del tempo che impiego posso definire quanti prodotti posso fare in un anno (ore standard ca. 2'100 annui)

Costo prodotto tipo

La somma del tempo moltiplicato al salario più oneri sociali mi dà il costo di mano d'opera per il prodotto tipo. La somma dei costi delle risorse necessarie mi determina le spese per il prodotto o servizio tipo. Sommando questi due costi si ottiene il costo del prodotto tipo.

Prezzo di vendita

Al costo prodotto tipo vanno aggiunte i costi di vendita (commissioni, sconti, una ripartizione dei costi di vendita (annunci su giornali, mailing) per la quantità totale annua di prodotti o servizi. A questo debbo aggiungere i costi del tempo che uso per i lavori amministrativi e i costi dell'uso, per questo lavoro, del computer, ecc)
Il risultato sarà il mio prezzo di vendita minimo.

***Fattibilità del progetto
possibilità di successo***

Il prezzo di mercato determina il mio prezzo di vendita. Se il mio prezzo di vendita è inferiore al prezzo di mercato e il mercato è in grado (in base al sondaggio di verifica) di assorbire il mio prodotto (o il mio servizio) si può dire che il progetto è fattibile. In caso contrario si deve riesaminare quali sono i fattori di costo, riesaminare i processi o avvicinarsi maggiormente alle esigenze che chiede il mercato.

Eseguito tutto quanto esposto, e se il progetto è fattibile, si può cominciare a stendere il piano d'esecuzione dell'attività e redigere il Business plan. Dopo di ciò si hanno elementi tali che il giudizio finale e la convinzione di riuscita e successo sono facilmente identificabili.

CONCLUSIONE

Questo lavoro non deve spaventare ma deve servire a darvi la certezza che quanto si vuole intraprendere sia fattibile sia ai vostri occhi sia a quelli di eventuali finanziatori.

Ricordo la mia massima:

“L'imprenditore deve fare un lavoro che lo rende soddisfatto e alla sera deve aver mangiato”