

Modulo 5

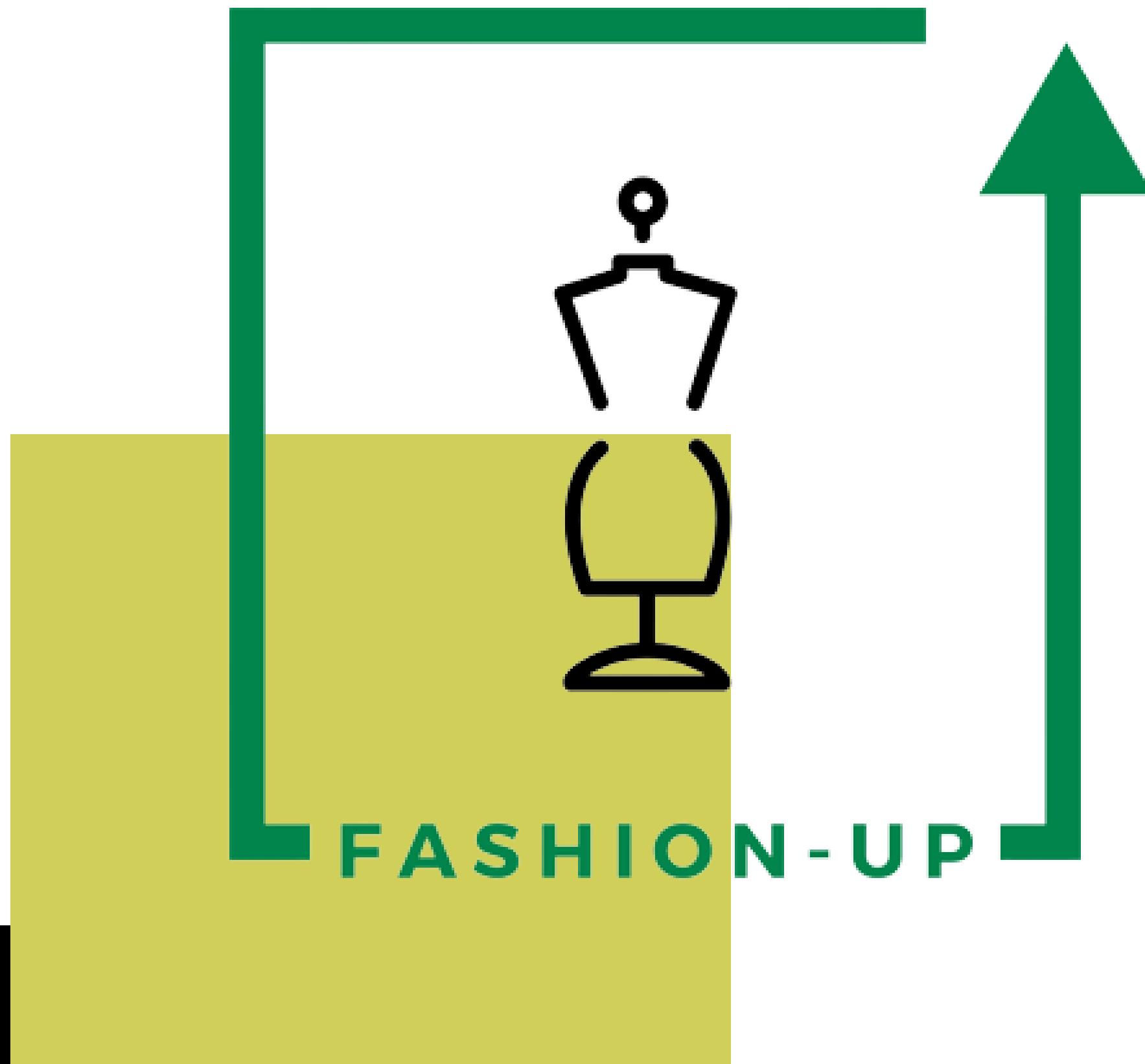
UNITÀ 1

BUSINESS PLANNING PER
UN ATELIER DI UPCYCLING

Durata: 2 ore



Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.





Panoramica dell'Unità

In questa unità apprenderai come avviare un atelier di upcycling, ovvero come creare un business plan, condurre di ricerche di mercato e lo studio dei competitors, e come svolgere la pianificazione finanziaria e le azioni di budgeting.





Tempo di lettura stimato
12 minuti

Risultati di apprendimento attesi

Al termine di questa unità, sarai in grado di:

1. Sviluppare un business plan completo per un atelier di upcycling
2. Condurre ricerche di mercato e di analisi della concorrenza
3. Predisporre la pianificazione finanziaria e un budget per il tuo atelier

Conoscenze pregresse

Non è necessaria alcuna conoscenza pregressa per questa unità.



Obiettivo di Apprendimento



L'Unità si propone di fornire ai futuri artigiani sartoriali una conoscenza di base della pianificazione aziendale

Pubblico di riferimento

Questa unità è rivolta agli studenti che desiderano acquisire conoscenze di base su come avviare un atelier di riciclo creativo in termini di pianificazione aziendale e finanziaria.

Concetti chiave

Business plan, ricercar di mercato, analisi dei competitors, financial planning, budgeting



- Un computer portatile con accesso a Internet
- Un proiettore
- Una lavagna a fogli mobili
- Block-notes, penne e pennarelli
- Post-it
- Flashcard stampate

Attrezzatura Necessaria



01

Profilo del Formatore

Tecnico

- Conoscenza del mercato dell'upcycling, delle tendenze e delle preferenze dei consumatori

Pedagogico

- Esperienza come formatore per adulti, per comprenderne stili e ritmi di apprendimento
- Ottime capacità comunicative e di presentazione per coinvolgere gli studenti

Competenze tecnico-professionali area business e autoimprenditorialità:

- Sviluppo di business plan completi per piccole imprese
- Strategie di marketing, branding, tecniche di vendita e gestione delle relazioni con i clienti
- Meccanismi di budgeting, determinazione dei prezzi, controllo dei costi e previsioni finanziarie





02

Metodologia

Questa unità si baserà su metodologie attive di apprendimento quali *project-based learning* e didattica esperienziale.

Sviluppo del Business Plan

Un business plan è un documento scritto e formale che contiene gli obiettivi di un'azienda, i metodi per raggiungerli e i tempi previsti per il loro raggiungimento.

È una tabella di marcia per la tua attività, che delinea le strategie, le operazioni e le proiezioni finanziarie.





Cosa occorre?

01

Decision-making

Aiuta a prendere decisioni informate sulla tua strategia aziendale

02

Investimenti

Convince potenziali investitori e finanziatori della fattibilità della tua attività e attrae finanziamenti esterni

03

Risk management

Identifica i potenziali rischi e sviluppa strategie per mitigarli

04

Performance Tracking

consente di monitorare i progressi dell'attività e apportare le modifiche necessarie

Watch



<https://www.youtube.com/watch?v=Y80DYcsrRgA>



Componenti chiave di un Business Plan



Prima di parlare di come sviluppare un business plan, vediamo gli elementi chiave di un business plan dettagliato:

- Sommario esecutivo
- Descrizione dell'azienda
- Analisi del settore
- Strategia di marketing e vendita
- Proiezioni finanziarie e di finanziamento

Nota



Più avanti verrà illustrato il modo corretto di sviluppare un business plan.

Sommario Esecutivo

Il **sommario esecutivo** di un business plan fornisce una panoramica concisa della tua attività. È necessario per convincere il lettore che il concept della tua attività è valido e che hai pianificato meticolosamente le tue azioni. Dimostra inoltre che esiste una chiara opportunità di mercato per i tuoi prodotti e, quindi, che la tua attività presenta vantaggi significativi rispetto ai concorrenti.

La **descrizione dell'azienda** include informazioni tecniche, come la ragione sociale registrata, la sede/indirizzo fisico, i nomi dei fondatori/soci chiave e informazioni sulla struttura legale. È in questa sezione che vanno menzionati gli obiettivi e la missione aziendale. Questa sezione contiene anche la descrizione dei prodotti e servizi (se presenti), insieme alla descrizione della catena di produzione dell'azienda.

Descrizione Aziendale

Analisi di settore

Questa sezione include informazioni sul **settore economico** della vostra azienda, sulle sue dimensioni e tasso di crescita economica. Tra le informazioni presenti troviamo: la stagionalità del settore, la sua potenziale sensibilità ai cicli economici e gli effetti che i cambiamenti tecnologici possono comportare. Vi figurano anche informazioni sulla concorrenza del settore e sullo stato attuale del mercato al momento della stesura del documento. Infine, questa sezione deve includere informazioni sulla strategia di gestione del rischio dell'azienda: cosa fa la vostra azienda e perché si differenzia dalla concorrenza? Quali sono i suoi punti di forza e vantaggi? Quali sono i potenziali rischi per la vostra azienda? ecc.

La sezione dedicata alla **strategia di marketing** e vendita includerà il messaggio principale della tua azienda e la strategia per trasmetterlo ai tuoi potenziali clienti. Dovresti includere tutte le tattiche che adotterai per gestire il marketing aziendale (sia online che di persona). È inoltre consigliabile includere la struttura di vendita della tua azienda.

Strategia di marketing e vendita

Proiezioni finanziarie e di finanziamento

Nella sezione **finanziamenti e proiezioni finanziarie**, dovrai fornire una documentazione finanziaria completa e previsionale della tua azienda per un minimo di tre anni. Questa includerà i rendiconti finanziari e/o profitti e perdite previsti, uno stato patrimoniale previsionale che delinea le tue attività e passività, nonché un rendiconto finanziario previsionale che illustra l'afflusso e il deflusso di fondi all'interno dell'azienda.

leggi

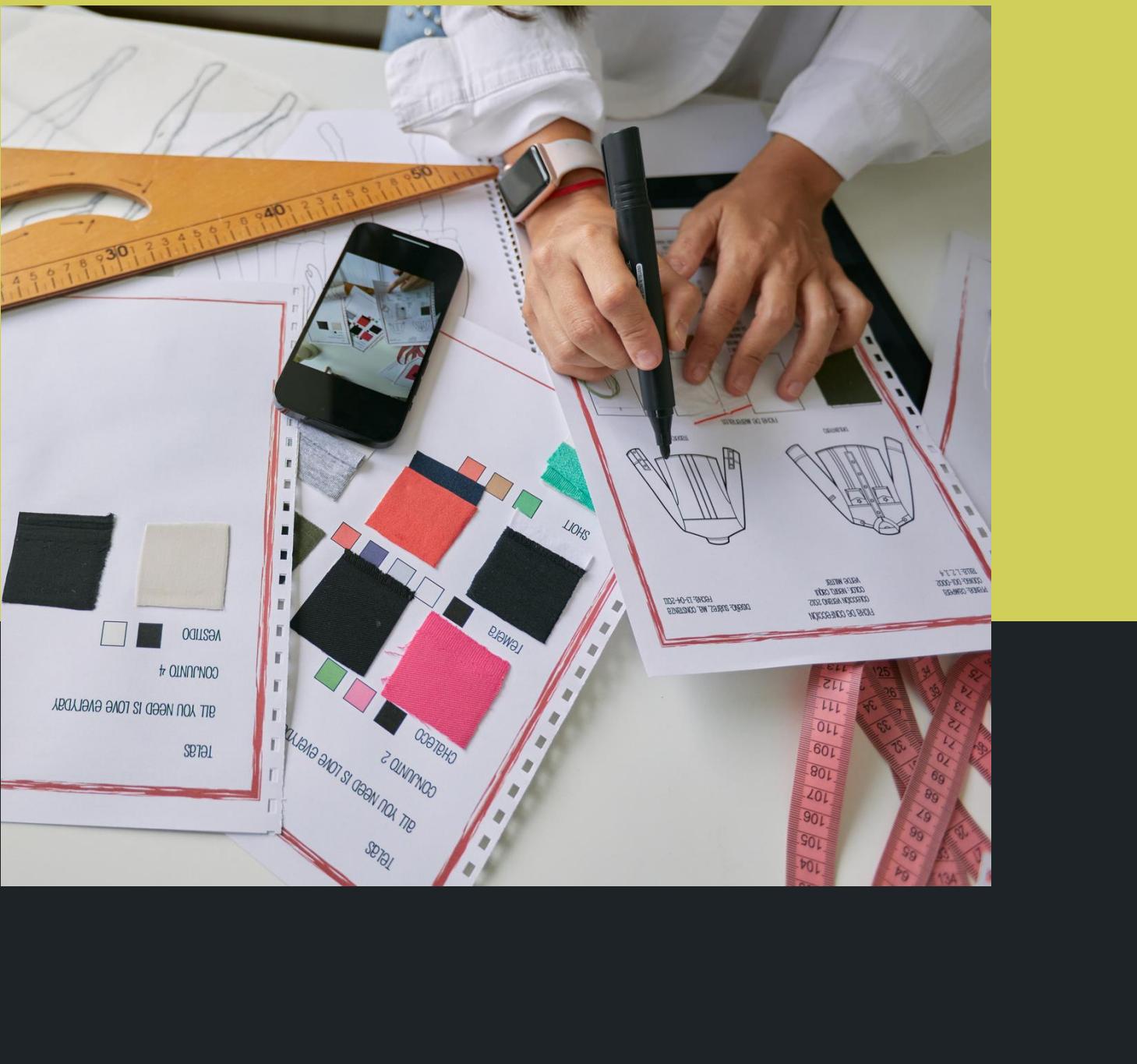


<https://guides.lib.usf.edu/c.php?g=1352775&p=9985224>

Come sviluppare un Business plan



Ora che hai visto gli elementi chiave di un business plan, parliamo del modo corretto per svilupparlo. Ecco come preparare il piano aziendale, predisponendo in ordine:



- 1. La descrizione dell'impresa**, che getta le basi dell'attività definendone mission, struttura legale e vision
- 2. L' Analisi di mercato**, per comprendere il settore, i clienti target, il mercato e la concorrenza.
- 3. L' Organizzazione e la gestione**, che illustra l'esperienza, i ruoli e la struttura organizzativa dell'impresa.
- 4. La linea di prodotti**, che da evidenza delle offerte, inclusi i punti di forza e la strategia di prezzo.
- 5. La Strategia di marketing e vendita**, che illustrare le strategie per attrarre clienti.
- 6. Le Proiezioni finanziarie**, che crea previsioni e rendiconti finanziari realistici.
- 7. Le Richieste di finanziamento** (se applicabile), per reperire finanziamenti esterni.
- 8. Il Riepilogo esecutivo**, da lasciare per ultimo per fornire una panoramica concisa del business plan.

Guarda questo video!



<https://www.youtube.com/watch?v=n6ecdYd8T6o>



Modelli per la redazione di Business Plan

- Modelli gratuiti per la redazione di business plan
<https://www.canva.com/documents/templates/business-plan/>
- <https://create.microsoft.com/en-us/templates/business-plans>
- Modelli gratuiti di Business Plan Template per piccole imprese
<https://www.bplans.com/downloads/business-plan-template/>
- 10 Modelli gratuiti di Business Plan & Esempi
<https://www.hubspot.com/business-templates/business-plans>

Nota



Questi sono solo suggerimenti; online puoi trovarne molti altri e/o adattarli alle tue esigenze.

Suggerimenti

- Cerca di capire chi leggerà il tuo piano (investitori, finanziatori o stakeholder interni) e adatta di conseguenza il linguaggio e il livello di dettaglio. In altre parole, conosci il tuo pubblico.
- Un business plan ben scritto dovrebbe essere conciso e di facile lettura, quindi evita termini tecnici inutili e un linguaggio eccessivamente complesso.
- Definisci obiettivi e proiezioni finanziarie realistici. Previsioni eccessivamente ottimistiche possono danneggiare la tua credibilità.
- Concentrati sul punto di forza unico della tua impresa e articolalo chiaramente nella tua attività.
- Grafici, diagrammi e infografiche (o qualsiasi altro supporto visivo simile) possono aiutarti a presentare informazioni complesse in modo chiaro e conciso.
- Il tuo business plan è un documento dinamico, quindi sii pronto ad adattarlo e modificarlo man mano che la tua attività si evolve.
- Il riepilogo esecutivo è la prima cosa che le persone leggeranno, quindi rendilo avvincente e informativo.
- Condividi il tuo piano con consulenti, mentori o potenziali investitori di fiducia per ricevere feedback e suggerimenti.



Applicazione Pratica

Se non sai da dove iniziare, puoi chiedere aiuto a degli **esperti**. Ecco un elenco di persone/luoghi a cui puoi fare riferimento:

- Consulenti aziendali
- Centri per lo sviluppo delle piccole imprese
- Commercialisti o consulenti finanziari



Puoi trovare anche molti spunti e **risorse online**, come:

- <https://www.bplans.com/> (Modelli di business plan, esempi e articoli per aiutarti a iniziare.)
- <https://www.liveplan.com/> Software per business plan in grado di guidarti attraverso il processo e generare documenti dall'aspetto professionale)
- <https://enloop.com/> (Software di business plan integrato da intelligenza artificiale che genera un piano professionale in base ai tuoi input)



Attività per la creazione di un Business Plan

Per il docente: il prerequisito principale per gli studenti è definire quali servizi offriranno, a chi e per quale fascia di prezzo.

**01**

Materiali

- Modello di business plan
- Computer portatile con accesso a Internet
- Pennarelli e fogli di carta
- Proiettore

02

Obiettivi

- Comprendere le informazioni necessarie da includere nel proprio business plan.
- Condurre un'approfondita ricerca di mercato per la creazione dell'offerta.
- Consolidare il lavoro di ricerca svolto sul proprio progetto in un unico documento.
- Redigere il piano finanziario.
- Promuovere il proprio progetto di fronte a banche o finanziatori/investitori.

01

Durata

1,5 ore

Setting

Aula dove i partecipanti possono stare in cerchio e a coppie

Attività per la creazione di un Business Plan

Pianificazione

Tempi	Attività
00:00 – 00:15	Presentazione dei concetti chiave per la creazione di un business plan
00:15 – 01:00	Lavoro a coppie per sviluppare il business plan
01:00 – 01:15	Condivisione e feedback
01:15 – 01:30	Debriefing e conclusione

Attività per la creazione di un Business Plan



Realizzazione

1. Have each participant state their name, their business plan, and one expectation or question they have for this workshop that they would like to be answered today. You could do this in turn, or have the participants pass a totem to the next person who should speak.
2. Present the workshop program and make a presentation to introduce the key concepts of creating one's business plan. Put participants in pairs, ideally by mixing participants at different stages of advancement so they can share their points of view.
3. Ask them to discuss each item of the business plan, and how confident they are in their capacity to develop them, so they can share advice.
4. At the end of this step, participants should be able to identify the 3 next steps to work on their business plan. Each participant should present where they are, their next steps, and any remaining uncertainties so the others can give feedback on how to overcome them.
5. Discuss any outstanding questions, referring to the ones mentioned at the beginning and encourage learners to reflect on their progress.

Ricerca di mercato e analisi della concorrenza

Si tratta di strumenti essenziali per le imprese che desiderano comprendere il proprio mercato, identificare opportunità e acquisire un vantaggio competitivo.

Market research consiste nel raccogliere, analizzare e interpretare informazioni su un mercato, tra cui le sue dimensioni, il potenziale di crescita, le esigenze dei clienti e le tendenze.

Competitor analysis consiste nel valutare i punti di forza e di debolezza dei concorrenti. Questo aiuta a comprendere le loro strategie, identificare il proprio vantaggio competitivo e sviluppare controstrategie efficaci.





Come condurre una ricerca di mercato e l'analisi della concorrenza per un atelier di upcycling

1. Definisci il tuo mercato di riferimento

- Descrivi il tuo cliente ideale considerando fattori come età, reddito, stile di vita e attenzione all'ambiente.
- Comprendi le esigenze e le preferenze del cliente ideale.

2. Conduci ricerche di mercato

- Monitora le tendenze online e le conversazioni sui social media con strumenti come [Brand24](#) o [Hootsuite](#).
- Esplora le piattaforme di marketplace online per analizzare la domanda e i prezzi di prodotti simili ai tuoi.

3. Analizza la concorrenza

- Identifica i tuoi concorrenti tra le attività di upcycling locali o online che offrono prodotti simili.
- Valuta la loro gamma di prodotti, i prezzi, le strategie di marketing e le recensioni dei clienti, ovvero i loro punti di forza e di debolezza.

Guarda questo video!



https://www.youtube.com/watch?v=ocTZ0w_XIIM





01

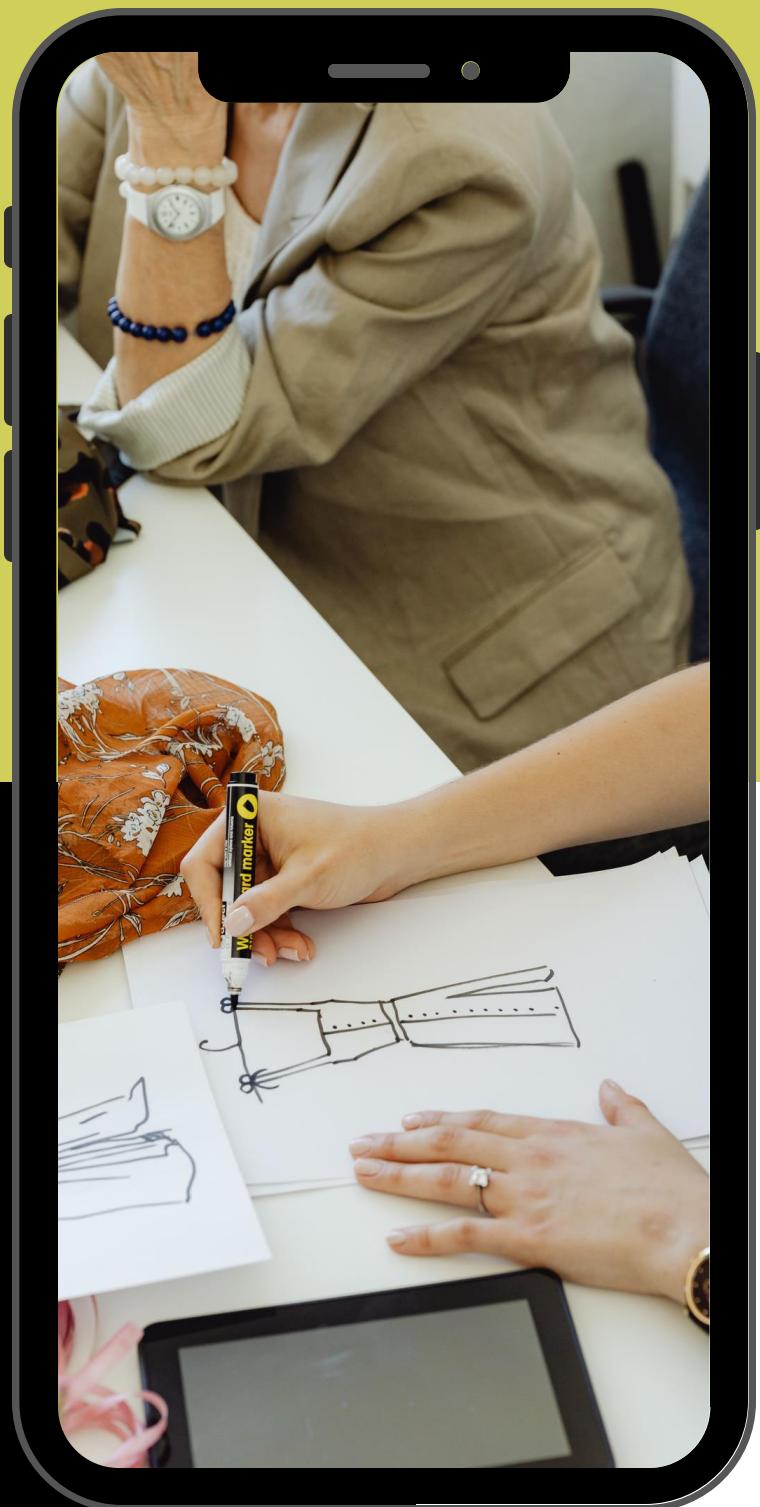
Ricerche di mercato & Data Analysis

- Statista: Offre un vasto database di statistiche e report di mercato.
<https://www.statista.com/>
- Google Trends: Monitora le tendenze di ricerca per comprendere gli interessi dei consumatori.
<https://trends.google.com>
- Tableau: Strumento di visualizzazione dei dati.
<https://www.tableau.com>

02

Analisi dei Competitors

- SimilarWeb: Analizza il traffico del sito web e il coinvolgimento dei visitatori.
<https://www.similarweb.com/>
- SEMrush: Fornisce approfondimenti sulle strategie dei concorrenti.
<https://www.semrush.com/>
- Ahrefs: Offre un kit di strumenti per l'analisi della concorrenza.
<https://ahrefs.com/>



Unità Riepilogo



In questa Unità hai appreso i passaggi chiave per sviluppare un business plan, fondamentale per il successo aziendale, perché delinea il tuo concept aziendale, i tuoi obiettivi e le tue strategie. Hai anche imparato l'importanza di condurre una ricerca di mercato e di analizzare la concorrenza, utili a comprendere il panorama del mercato e a raccogliere informazioni sulle esigenze, le preferenze e le tendenze, consentendoti di adattare i tuoi prodotti e le tue iniziative di marketing alle esigenze dei possibili clienti.



Riferimenti

- <https://hbr.org/1985/05/how-to-write-a-winning-business-plan>
- <https://guides.lib.usf.edu/c.php?g=1352775&p=9985224>
- <https://www.canva.com/documents/templates/business-plan/>
- <https://www.bplans.com/downloads/business-plan-template/>
- <https://create.microsoft.com/en-us/templates/business-plans>
- <https://www.hubspot.com/business-templates/business-plans>
- <https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/business-plan-sections>
- <https://sproutsocial.com/insights/competitor-analysis-tools/>
- <https://www.hanoverresearch.com/insights-blog/corporate/what-is-market-research/>