

**Enhancing Young People Skills and Competencies in Social Entrepreneurship by Virtual Reality**

**ERASMUS+2021-1-RO01-KA220-YOU-000029869**

**Corso 4: Fondamenti di business plan**

INDICE DEI CONTENUTI

[1 Introduzione al Business Plan 3](#_Toc145594997)

[1.1 Che cos'è un business plan? 3](#_Toc145594998)

[1.2 Perché è necessario un business plan? 3](#_Toc145594999)

[1.3 Aziende online 4](#_Toc145595000)

[1.4 Tipi di business plan 5](#_Toc145595001)

[1.5 L'importanza di un buon business plan 6](#_Toc145595002)

[1.6 Il processo di pianificazione 7](#_Toc145595003)

[2 Come scrivere un business plan 9](#_Toc145595004)

[2.1 IL FORMATO DEL BUSINESS PLAN 9](#_Toc145595005)

[2.2 SUGGERIMENTI PER LA STESURA DI UN BUSINESS PLAN 10](#_Toc145595006)

[3 Analisi SWOT 16](#_Toc145595007)

[3.1 Che cos'è l'analisi SWOT? 16](#_Toc145595008)

[3.2 Illustrazione SWOT 16](#_Toc145595009)

[3.3 Vantaggi di un'analisi SWOT 17](#_Toc145595010)

[4 Strategie di pensiero 19](#_Toc145595011)

[4.1 Vedere il quadro generale 19](#_Toc145595012)

[4.2 Pianificare in anticipo 19](#_Toc145595013)

[4.3 Trasformare il pensiero in azione 19](#_Toc145595014)

[5 Un'ultima riflessione sulla pianificazione 20](#_Toc145595015)

[5.1 Perché i piani aziendali falliscono? 20](#_Toc145595016)

[5.2 Considerazioni per un piano aziendale 20](#_Toc145595017)

[6 Bibliografia 21](#_Toc145595018)

# Introduzione al Business Plan

## Che cos'è un business plan?

Il **business plan** è il prodotto di un **processo di pensiero** o **pianificazione strategica**. La direzione strategica sviluppata in tale processo può essere comunicata sotto forma di business plan a finanziatori, potenziali investitori e collaboratori dell'azienda [1]. In questa forma, un business plan è un documento che definisce in dettaglio gli obiettivi di un'azienda e il modo in cui intende raggiungerli. Ciò significa che un business plan è un documento importante rivolto al pubblico esterno e interno dell'azienda. Lo sviluppo di una direzione strategica è un passo fondamentale per l'azienda e con un business plan si ottiene una tabella di marcia scritta per l'azienda dal punto di vista del marketing, finanziario e operativo.

Lo sviluppo di una direzione strategica è un passo fondamentale per ogni azienda. Consente all'azienda di sfruttare le conoscenze e le competenze del team di gestione, del personale e dei consulenti per sviluppare una direzione strategica per l'organizzazione che porti alle migliori possibilità di successo. Ciò offre l'opportunità di utilizzare il gruppo di consulenza che avete creato [2].

***"L'azienda che non pianifica, pianifica di fallire".***

## Perché è necessario un business plan?

Ogni azienda può trarre beneficio dalla preparazione di un business plan scritto con cura. Prendetevi il tempo necessario per scrivere un business plan chiaro, conciso e vincente. Da esso dipende il successo della vostra attività. Una delle ragioni principali del fallimento di un'impresa è la mancanza di pianificazione. I vantaggi principali di un'attività commerciale a livello internazionale sono tre.

**1. Servire da guida per la vostra attività**

La ragione più importante per scrivere un business plan è sviluppare una guida che sarà seguita per tutta la vita dell'azienda. Per essere utile, il piano deve essere sempre aggiornato. Sebbene i piani presentati ai finanziatori debbano essere rilegati, potete scegliere di tenere la vostra copia di lavoro del piano in un raccoglitore a fogli mobili. In questo modo potrete aggiungere i bilanci aggiornati, le schede dei tassi aggiornate, le informazioni di marketing più recenti e altri dati man mano che saranno disponibili.

**2. Come documentazione per il finanziamento**

Un business plan è un requisito necessario se si intende chiedere un finanziamento. Se siete alla ricerca di capitali, il business plan descrive nei dettagli come l'investimento o il prestito desiderato favorirà gli obiettivi dell'azienda e ne aumenterà i profitti. Ogni finanziatore vuole sapere come farete a mantenere il flusso di cassa e a rimborsare il prestito (con gli interessi) in modo tempestivo. Ogni investitore vuole anche sapere in che modo il suo investimento migliorerà il patrimonio netto complessivo dell'azienda e lo aiuterà a raggiungere il rendimento desiderato sul capitale investito. Dovrete descrivere dettagliatamente come verrà utilizzato il denaro e supportare le vostre cifre con informazioni solide, come stime, norme di settore, schede dei tassi, ecc. I finanziatori e gli investitori hanno accesso a statistiche considerate normali per i vari settori, quindi assicuratevi che le vostre proiezioni siano ragionevoli.

**3. Lavorare sui mercati esteri**

Se fate affari a livello internazionale, un business plan fornisce uno strumento standard per valutare il vostro potenziale commerciale in un mercato estero. Oggi nessuna azienda può permettersi di trascurare il potenziale del commercio internazionale determinato dai cambiamenti nelle comunicazioni, nella tecnologia e nei trasporti. Lo sviluppo di un business plan dimostrerà come la vostra azienda possa competere in questa economia globale [3].

## Aziende online

Il finanziamento è una questione importante per le imprese online. Gli investitori delle aziende online sono diventati più cauti dopo il crollo delle dot-com, il che rende più difficile per queste aziende ottenere finanziamenti. I venture capitalist, le banche d'investimento e le società di intermediazione sono responsabili del crollo delle dot-com. Offrendo così tanto denaro alle dot-com ed essendo impazienti di ottenere grandi guadagni, gli imprenditori sono stati tentati di ignorare la responsabilità fiscale. I più consigliano agli investitori di resistere alla tentazione di cercare business plan tradizionali, clienti chiaramente identificati, flussi di cassa e profitti prevedibili, perché il commercio elettronico rimane un nuovo settore in cui flessibilità, immaginazione e pazienza saranno premiate [4]. Pertanto, nelle imprese online la necessità di un business plan adeguatamente strutturato è quasi necessaria per attrarre nuovi investitori.

## Tipi di business plan



***Il Business Plan di una pagina***

Riassume i punti importanti dell'azienda in un'unica pagina.

Lo scenario più adatto per un business plan di una pagina è quello di presentare a un investitore (o a un altro soggetto) un'azienda che non conosce [5].



**Il mini piano aziendale**

Si tratta di un documento di 1-10 pagine che fornisce molte delle stesse informazioni di un business plan completo. Le informazioni sono condensate e riducono al minimo tutti i dettagli e le spiegazioni [5].



***Il piano aziendale completo***

Un piano completo inizia con un riassunto esecutivo (simile al business plan di una pagina). Fornisce ai lettori una visione completa dell'azienda, compresi il problema di mercato, la soluzione, la missione aziendale, gli obiettivi e le finalità, la strategia di marketing [5].

**DI QUALI TIPI DI PIANI HO BISOGNO?**

Dipende dalla natura della vostra attività. Se avete un concetto semplice, potreste essere in grado di esprimerlo con poche parole. Lo scopo del piano determina anche la sua lunghezza.

Tuttavia, non si deve compilare un unico business plan e inviarlo per ogni situazione.

Dovreste avere tutti e tre i tipi di business plan nel vostro arsenale ed essere in grado di fornire il business plan giusto quando necessario.

## L'importanza di un buon business plan

Uno dei passi più importanti nella creazione di una nuova impresa è la costruzione di un business plan, in quanto si tratta di un documento fondamentale che ogni nuova impresa dovrebbe avere a disposizione prima di iniziare la propria attività. Operare senza un business plan di solito non è una buona idea. Un buon business plan dovrebbe delineare tutti i costi previsti e le potenziali insidie di ogni decisione presa dall'azienda. In effetti, sono poche le aziende che riescono a rimanere a lungo senza un piano. Creare (e rispettare) un buon business plan comporta dei vantaggi. Tra questi, la possibilità di riflettere sulle idee prima di investirvi troppo denaro e di affrontare i potenziali ostacoli al successo.

I business plan, anche tra concorrenti dello stesso settore, raramente sono identici. Tuttavia, possono avere gli stessi elementi di base, come una sintesi dell'azienda e descrizioni dettagliate delle operazioni, dei prodotti e dei servizi e delle proiezioni finanziarie. Un piano indica anche come l'azienda intende raggiungere i propri obiettivi.

Un business plan può aiutare il proprietario-dirigente a cristallizzare e focalizzare le sue idee. Può aiutarlo a fissare gli obiettivi e a fornire un parametro di riferimento per monitorare le prestazioni. Forse di più immediata importanza, può anche fungere da veicolo per attrarre eventuali finanziamenti esterni di cui l'azienda ha bisogno, può convincere gli investitori che il proprietario-gestore ha identificato opportunità di crescita elevate e ha il talento imprenditoriale e manageriale per sfruttarle. Opportunità in modo efficace, e che ha un programma razionale, coerente e credibile per farlo.

Il business plan implica una visione a lungo termine dell'azienda e del suo ambiente. Un buon piano deve evidenziare i punti di forza e riconoscere le debolezze dell'impresa proposta. Soprattutto, deve trasmettere una sincerità di intenti e di analisi che conferisca credibilità sia al piano che all'imprenditore che lo presenta [6].

## Il processo di pianificazione

Molti credono che un business plan sia necessario solo per raccogliere fondi e documentare i parametri aziendali per gli investitori. Tuttavia, i business plan sono in realtà le mappe stradali che consentono di raggiungere l'eccellenza. Molti imprenditori fondano le loro aziende senza un business plan, ma questo può richiedere più tempo e comportare costi più elevati. Senza un business plan, il titolare non ha una base concreta o una direzione per mantenere l'azienda concentrata.

Il business plan deve definire in modo chiaro e conciso la missione, i valori, la strategia, gli obiettivi misurabili e i risultati chiave che il titolare si aspetta. È importante dedicare tempo sufficiente alla formulazione del piano. Gli esperti consigliano di iniziare il processo di pianificazione almeno 6 mesi prima di avviare una nuova attività. Un piano mal concepito può far perdere all'azienda diversi mesi o anni, o può portare al fallimento. La costruzione di un business plan è un processo dinamico; l'esecuzione è il compito principale. Una volta formulato, il piano viene perfezionato e aggiornato costantemente. Il processo di pianificazione aziendale prevede una serie di fasi [6].

Nel caso di un'azienda esistente, questo processo comporta innanzitutto la necessità di fare i conti con gli obiettivi personali del titolare-direttore.

* Vogliamo il reddito o la crescita del capitale?
* Vogliamo vendere l'azienda come un'impresa in attività quando raggiunge la maturità, o vogliamo trasmetterla ai nostri figli?
* Vogliamo correre dei rischi nell'attività o diamo più valore alla sicurezza?

In secondo luogo, si tratta di fare i conti con i punti di forza e di debolezza dell'azienda esistente e con le opportunità e le minacce che essa deve affrontare. Questa è spesso chiamata "verifica della posizione" o analisi "SWOT" (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) [6].

L'intero processo di pianificazione è illustrato in modo schematico nella Figura 1.

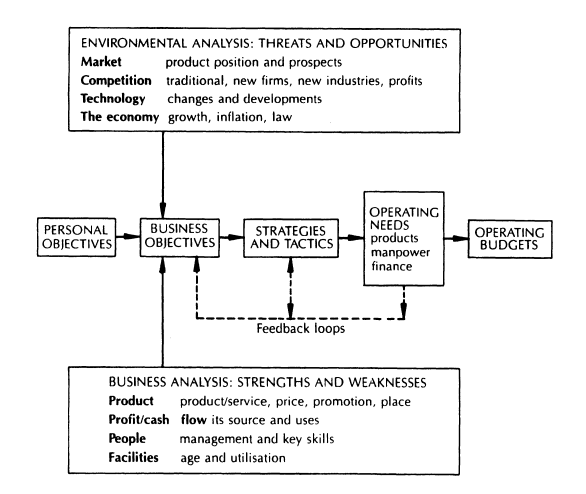


Figura 1. Il processo di pianificazione [6].

# Come scrivere un business plan

## IL FORMATO DEL BUSINESS PLAN

Il formato del progetto può variare a seconda dell'uso e del pubblico a cui è destinato. Banchieri, investitori e altri finanziatori raramente hanno il tempo di dedicare a ogni proposta e business plan l'attenzione che merita. Ogni proprietario è in competizione con altri imprenditori per ottenere il sostegno necessario. Evidenziando le aree chiave e riassumendo secondo necessità, gli investitori potranno esaminare facilmente i dati inclusi nel piano.

Il business plan deve comprendere le seguenti sezioni: (1) Pagina del titolo, (2) Sommario, (3) Indice, (4) Descrizione e storia dell'azienda, (5) Gestione (6) Analisi del mercato e del business, (7) Sviluppo dell'azienda e del mercato, (8) Marketing e vendite, (9) Dati finanziari, (10) Applicazione del capitale e (11) Appendice.

Esistono diverse strutture alternative, come ad esempio quella della Figura 2.

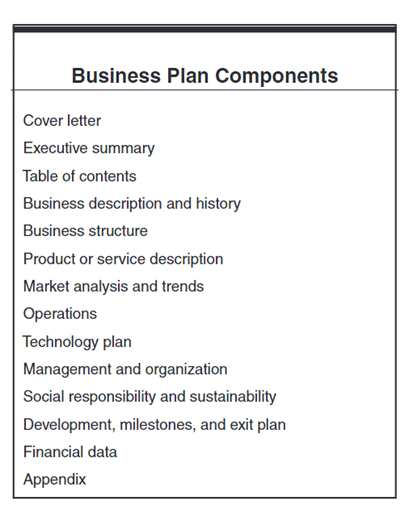


Figura 2 Componenti del piano aziendale [7]

## SUGGERIMENTI PER LA STESURA DI UN BUSINESS PLAN

Gli esperti suggeriscono che il business plan non dovrebbe superare le 15-35 pagine, esclusi i dati finanziari e le appendici. 20 pagine sono sufficienti per quasi tutte le imprese. Qualsiasi cosa inferiore alle 10 pagine può essere considerata frivola. Le appendici non devono superare la lunghezza del disegno. Se gli investitori sono interessati, chiederanno ulteriori informazioni. La maggior parte dei piani dovrebbe essere proiettata da 3 a 5 anni nel futuro o fino a quando il proprietario non raggiunge una strategia di uscita proposta [8].

**Pagina del titolo**

Il business plan deve avere un titolo o una copertina. Questa pagina deve contenere il nome dell'azienda, il logo, il mese e l'anno di costituzione, il nome della persona di riferimento per il finanziamento dell'attività (compresi indirizzo e numero di telefono), il numero di fax dell'azienda e, se disponibile, l'indirizzo del sito web. Se temete che qualcuno possa "rubare" le vostre idee imprenditoriali, includete nel frontespizio una dichiarazione di non divulgazione che dovrà essere firmata dal potenziale finanziatore/investitore a cui state consegnando il piano (la dichiarazione di non divulgazione sarà spiegata nella sezione successiva).

**Lettera di presentazione**

La lettera di presentazione deve invogliare il lettore a considerare con attenzione l'opportunità commerciale e a continuare a leggere. La lettera di presentazione deve includere:

* Perché il proprietario ha scelto questo finanziatore per ricevere il piano.
* La natura dell'attività.
* La fase di sviluppo dell'azienda.
* L'importo dei fondi richiesti.
* Il tipo di finanziamento richiesto (ad esempio, investimento o prestito).
* I responsabili dell'azienda e le informazioni di contatto.

La lettera di presentazione deve essere semplice, attraente, concisa e personalizzata per ogni investitore.

**Sintesi**

Il sommario esecutivo è la sezione più importante del business plan. Si tratta di una brevissima panoramica del piano e del modello di business che ha lo scopo di catturare l'interesse del lettore. Questa parte del piano è generalmente lunga al massimo due pagine. La "regola generale" è che più breve è, meglio è. Ma deve essere scritta molto bene. Il riassunto esecutivo è mirato al pubblico. La tecnologia attuale consente all'imprenditore di modificare, aggiornare e adattare il business plan a seconda delle necessità.

Il riassunto esecutivo:

* Riassume i concetti di base ed evidenzia i punti chiave.
* Identifica il concetto, gli obiettivi e lo scopo principale dell'azienda.
* Identifica il mercato target o di nicchia, il vantaggio competitivo e la posizione.
* Delinea la strategia di marketing e di vendita.
* Identifica le opportunità di crescita.
* Parametri di riferimento in evidenza.
* Quantifica le risorse.
* Descrive l'esperienza lavorativa e manageriale e i successi passati del team di gestione.

**Indice dei contenuti**

L'indice serve come guida alla stesura e all'organizzazione del business plan. Inoltre, aiuta i lettori a comprendere e ad accedere facilmente alle informazioni presentate. Alcuni finanziatori potrebbero essere interessati a leggere prima una parte del piano e a decidere se proseguire o meno la lettura solo sulla base di quella sezione. Pertanto, il piano deve essere organizzato in modo da facilitare al lettore l'esame delle informazioni in esso contenute. Inoltre, è opportuno includere un indice e prevedere dei separatori (schede) per ogni sezione del piano.

**Descrizione e storia dell'azienda**

L'obiettivo di questa sezione è descrivere l'azienda, come l'imprenditore la gestirà e perché avrà successo. Se l'impresa è nuova, occorre rispondere alle seguenti domande [7]:

* Qual è la ragione sociale dell'azienda?
* Qual è la forma giuridica dell'azienda?
* Qual è la missione dell'azienda?
* Dove si trova l'azienda e quali aree geografiche servirà?
* Quali sono le ore del giorno e i giorni della settimana in cui l'attività sarà attiva?
* L'attività sarà stagionale?
* Qual è la natura dell'attività?
* In che modo l'azienda avrà successo e qual è il suo potenziale di crescita?
* Qual è l'esperienza di ciascuno nell'azienda e quali posizioni ricopriranno i singoli?
* Che tipo di personale sarà necessario?
* Cosa rende questa attività speciale o diversa?
* Qual è lo stato finanziario dell'azienda (cioè, entrate e uscite)?
* Qual è la struttura dell'azienda?
* Perché l'attività sarà redditizia o continuerà a crescere?
* Quali tipi di brevetti, marchi, copyright e licenze sono necessari?

**Gestione**

Dovrebbe esserci una sezione separata sulla gestione, con le persone che compongono il team di gestione e il modo in cui lavorano insieme. Gli investitori e i finanziatori sono molto interessati al team di gestione.

È necessario elencare le persone che occupano le posizioni chiave e fornire una breve biografia di ciascuna persona, indicando le sue qualifiche e il suo contributo al lavoro. È opportuno elencare tutti i consulenti esterni, come il commercialista, l'avvocato, l'agente assicurativo e i consulenti aziendali. I curriculum di tutti i direttori e consulenti interni ed esterni possono essere inseriti nella sezione Appendice.

**Analisi di mercato e di business**

Questo segmento descrive il mercato esistente in cui l'imprenditore introdurrà l'azienda, i suoi prodotti e i suoi servizi. Può essere considerato come un piano nel piano. Al suo livello più elementare, la strategia di marketing definisce il marketing mix dei prodotti o dei servizi e comprende il prodotto, il prezzo, la promozione e il luogo (distribuzione) per l'anno successivo, con proiezioni per almeno 5 anni. Il marketing (comprese le vendite) è la parte dell'azienda che genera ricavi. Prezzo e valore lavorano insieme. I clienti considerano la durata, l'affidabilità, il servizio e la qualità oltre al costo. La promozione, ovvero la quantità e la natura delle attività di marketing, può includere pubblicità online e su pubblicazioni professionali.

Questa è una delle sezioni più cruciali del piano. Lo sviluppo di una comprensione dello stato attuale della vostra impresa. Aiuta il finanziatore/investitore a comprendere la situazione attuale della vostra azienda. È consigliabile effettuare un'analisi SWOT (ovvero Punti di forza, Punti di debolezza, Opportunità e Minacce), in quanto questa analisi può davvero aiutare voi (e gli altri) a dare uno sguardo critico e obiettivo alla vostra azienda.

**Marketing e vendite**

In questa parte si illustra come si intende attirare nuovi clienti e si descrive l'intero sforzo di marketing dell'azienda. Condividete con il finanziatore/investitore la vostra strategia di vendita in modo dettagliato. Inoltre, è necessario descrivere tutti gli annunci pubblicitari che verranno utilizzati e includere nell'appendice copie di tutti gli opuscoli di vendita che verranno utilizzati. Il vostro obiettivo di marketing è generare il massimo numero di nuovi clienti in un breve periodo di tempo.

**Dati finanziari**

La sezione dei dati finanziari è piuttosto dettagliata e alcuni investitori affermano che è la più critica di tutte le parti del Business Plan. Pertanto, è necessario dimostrare di sapere cosa farà e cosa non farà la vostra azienda dal punto di vista finanziario.

**Applicazione del capitale**

Il fabbisogno finanziario sarà costituito da un importo iniziale per il capitale operativo e l'acquisto di beni per realizzare le idee e gli sforzi di vendita della vostra azienda. Il riepilogo completo dell'intero fabbisogno finanziario potrebbe essere espresso come segue: (1) tutti i costi per completare lo sviluppo del prodotto/servizio; (2) tutti i costi per l'acquisto di attrezzature/immobili; (3) i costi di marketing per il lancio e l'attuazione della strategia di marketing complessiva; (4) tutti i costi del capitale circolante per aprire e portare avanti l'attività per un periodo di tempo in base alle proiezioni dei flussi di cassa. Inoltre, spiegate sempre in che modo i proventi degli investimenti o dei prestiti saranno utilizzati per le quattro voci sopra elencate.

**Appendice.**

In questa sezione si inseriscono i dati a sostegno di quanto affermato nel Business Plan. L'appendice serve a rafforzare il contenuto del business plan. L'appendice include le conclusioni delineate nel piano. Le informazioni che possono essere fornite in questa sezione includono:

* Lettere di intenti.
* Contatti chiave.
* Approvazioni e testimonianze.
* Definizioni di parole tecniche.
* Annunci di clienti.
* Fotografie.
* Articoli di cronaca.
* Curriculum del personale dirigente e dei consulenti chiave.
* Contratti.
* Marchi o copyright.
* Materiale di marketing.

# Analisi SWOT

## Che cos'è l'analisi SWOT?

L'analisi SWOT (acronimo di strengths, weaknesses, opportunities, threats) è uno strumento di strategia aziendale per valutare il confronto tra un'organizzazione e la concorrenza. La strategia è storicamente attribuita ad Albert Humphrey negli anni '60, ma non esiste un creatore universalmente riconosciuto. Conosciuta anche come matrice SWOT, è stata riconosciuta come utile per differenziare e stabilire una nicchia all'interno di un mercato più ampio [10]. L'analisi SWOT è un esame approfondito dei fattori chiave interni (punti di forza e di debolezza) ed esterni (opportunità e minacce) di un'azienda.

* **Fattori interni.** L'esame dei fattori interni analizza da vicino l'organizzazione, individuando le competenze chiave e le aree in cui l'azienda ha un vantaggio competitivo. Esamina anche le aree in cui un'azienda è carente di determinati punti di forza.
* **Fattori esterni.** L'esame dei fattori esterni analizza il mercato in cui opera un'azienda e aiuta a identificare nuove aree in cui l'azienda può crescere e nicchie di mercato che possono essere perseguite, il che porterà in ultima analisi a maggiori profitti per l'azienda. Inoltre, esamina i cambiamenti e le tendenze del mercato che possono influenzare le operazioni commerciali dell'azienda [3].

## Illustrazione SWOT

La SWOT dovrebbe essere disegnata come mostrato nella Figura 3. Ci sono quattro caselle, Forza (S), Opportunità (O), Debolezza (W) e Minacce (T). Gli assi sono importanti nella SWOT perché definiscono il contenuto delle quattro caselle. Se gli assi vengono omessi, spesso sorgono problemi nella raccolta e nell'assegnazione delle informazioni al quadrante appropriato [11].

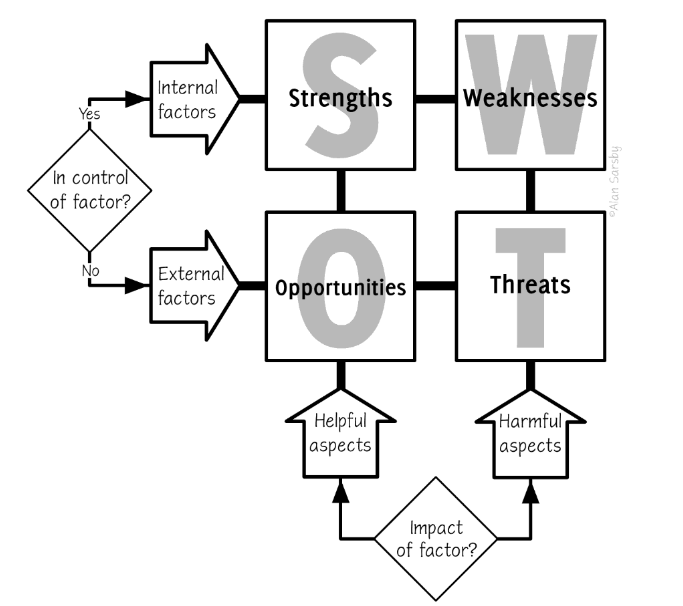


Figura 3. Il diagramma SWOT di base [11]

## Vantaggi di un'analisi SWOT

L'analisi SWOT consente all'azienda di concentrarsi sulle aree che presentano le maggiori opportunità e sulle competenze in cui è più forte. Allo stesso tempo, l'azienda esamina i modi per mitigare le proprie debolezze e sviluppare piani e strategie per superare le minacce che si presentano. Quando si conduce un'analisi SWOT, è necessario essere realistici sui punti di forza e di debolezza dell'azienda [3].

Tra i vantaggi di un'analisi SWOT vi sono:

* Efficienza dei costi
* Ampia gamma di applicazioni
* Promuove la discussione
* Fornisce una panoramica visiva
* Offerte di approfondimento
* Integrazione e sintesi
* Favorisce la collaborazione

Molte aziende considerano l'analisi SWOT uno strumento efficace per analizzare i dati e le informazioni di marketing. Il quadro di riferimento, semplice e diretto, fornisce un senso di orientamento e funge da catalizzatore per lo sviluppo di piani di marketing futuri. Se eseguita correttamente, l'analisi SWOT non solo organizza le informazioni e i dati, ma scopre anche i vantaggi competitivi che un'azienda può utilizzare per ottenere un vantaggio sui suoi concorrenti sul mercato [12].

# Strategie di pensiero

Per evitare problemi, ritardi o rifiuti da parte degli investitori, è meglio seguire strategie di pensiero. Per ottenere un vantaggio competitivo, è importante **pensare in modo strategico** nell'imprenditoria [13].

Questa procedura prevede in genere:

* Vedere il quadro generale
* Pianificare in anticipo
* Trasformare il pensiero in azione

## Vedere il quadro generale

**Il pensiero a lungo termine** va oltre il breve termine e considera il modo in cui un'impresa può avere successo a lungo termine.

Aiuta a costruire una visione delle opportunità future [14].

## Pianificare in anticipo

I pensatori strategici sono in grado di **pianificare il futuro** e di anticipare i potenziali problemi.

Avere un piano di riserva è sempre utile quando le cose non vanno come previsto.

## Trasformare il pensiero in azione

Quindi, avete un piano e avete fatto delle scelte.

Ora è necessario prendere il controllo di queste scelte, capire cosa si deve e si deve fare e iniziare a **trasformare il pensiero in azione** [15].

# Un'ultima riflessione sulla pianificazione

## Perché i piani aziendali falliscono?

Anche se c'è un buon piano aziendale, può fallire, soprattutto se il piano non viene seguito! Avere una leadership forte che pone l'accento sulla progettazione è sempre una buona strategia. Anche quando il piano viene seguito, se le previsioni sono sbagliate, si può incorrere in carenze di flusso di cassa e bilanci fuori controllo. Anche i mercati e l'economia possono cambiare. Se il vostro business plan non è flessibile, potreste non essere in grado di cambiare rotta se necessario [16].

## Considerazioni per un piano aziendale

Uno dei motivi principali per cui è necessario un business plan è fornire ai proprietari un quadro chiaro di obiettivi, finalità, risorse, costi potenziali e svantaggi di determinate decisioni aziendali. Un business plan dovrebbe aiutarli a modificare le loro strutture prima di implementare le loro idee. Inoltre, consente ai titolari di prevedere il tipo di finanziamento necessario per avviare l'attività.

Ben preparato ed eseguito, il business plan è il documento aziendale più importante per l'imprenditore. Gli investitori si aspettano un livello superiore di competenza e preparazione dagli imprenditori che scelgono di finanziare. Un business plan di successo è convincente perché non si limita a discutere l'idea imprenditoriale, ma dimostra anche la competenza commerciale dell'autore attraverso una discussione approfondita e dettagliata di ciò che deve essere fatto per realizzare l'idea.

Con l'aumento del numero di nuove imprese ogni anno, la concorrenza per ottenere finanziamenti è più forte che mai. I proprietari che forniscono piani aziendali con una chiara definizione dell'attività, la prova di una gestione forte, capacità di marketing ponderate e una struttura finanziaria attraente hanno un vantaggio competitivo e riescono a ottenere i finanziamenti necessari. Un business plan ben concepito è ancora lo strumento più efficace per raggiungere gli obiettivi a lungo termine e ottenere il successo [16].

# Bibliografia

[1] Nunn, Leslie. (2010). L'importanza di un buon piano aziendale. Journal of Business & Economics Research (JBER). 8. 10.19030/jber.v8i2.677.

[2] <https://www.investopedia.com/terms/b/business-plan.asp>

[3]<http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/BUSINESS%20PLAN%20Anatomy%20of%20a%20Business%20Plan%20The%20Step-by-Step%20Guide.PDF>

[4[]](https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00251740210437725/full/html?casa_token=8hwIL8Ab4noAAAAA:cREJOyFnBMfj7d1MgG-SYIvltmShOU5Qo9vQuuyuNJRdvPNEtpsZEi5bBVI0IH2Ad89-Nh5C-5XWztIamLmBCAiEZ6bI7x2vNilkdZLZ_-3JBOOsaZViaQ)https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00251740210437725/full/html?casa\_token=8hwIL8Ab4noAAAAA:cREJOyFnBMfj7d1MgG-SYIvltmShOU5Qo9vQuuyuNJRdvPNEtpsZEi5bBVI0IH2Ad89-Nh5C-5XWztIamLmBCAiEZ6bI7x2vNilkdZLZ\_-3JBOOsaZViaQ

[5]https://www.thinklions.com/blog/ask-the-experts-how-long-should-a-business-plan-be/

[6] Burns, P. (1996). Il business plan. In: Burns, P., Dewhurst, J. (eds) Small Business and Entrepreneurship. Macmillan Small Business Series. Palgrave, London. https://doi.org/10.1007/978-1-349-24911-4\_9

[7] Haag, Annette. (2013). Scrivere un business plan di successo: Una panoramica. Salute e sicurezza sul lavoro. 61. 19-29. 10.3928/21650799-20121221-53.

[8] Abrams, R. M. (2010). Il business plan di successo: Segreti e strategie (5a ed.). Palo Alto, CA: The Planning Shop

[9] Bangs, D. H., Jr. (1995). La guida alla pianificazione aziendale: Creare un piano per il successo della propria attività. Chicago, IL: Upstart Publishing.

[10] Teoli D, Sanvictores T, An J. Analisi SWOT. In: StatPearls. StatPearls Publishing, Treasure Island (FL); 2022. PMID: 30725987.

[11] https://www.cii.co.uk/media/6158020/a-useful-guide-to-swot-analysis.pdf

[12] <https://pestleanalysis.com/benefits-of-swot-analysis/>

[13] <https://www.masterclass.com/articles/strategic-thinking-guide>

[14] <https://www.betterup.com/blog/big-picture-thinking>

[15] <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2017/09/01/stop-doing-what-you-should-do-and-turn-your-thoughts-into-action/>

[16] https://www.investopedia.com/terms/b/business-plan.asp