# 

****

**Mini-Business plan**

**&**

**Diario d’apprendimento**

**Nome della vostra impresa**

**Logo della vostra impresa**

**Autore/trice**

**Versione/Data**

*Cari partecipanti*

*Questo modello vi aiuta nell’elaborazione della vostra idea imprenditoriale. Ogni capitolo presenta e spiega ogni sua fase. L’impresa fittizia “MyBambooBike“ funge da esempio. Reto Nobs, cofondatore dell’impresa svizzera “Drehmoment Bikes” che dal 2016 vende biciclette in bambù, ci ha aiutato a sviluppare l’esempio.*

*Il mini-business plan può aiutarvi a concretizzare la vostra idea imprenditoriale. È tuttavia importante considerare il documento come qualcosa che non è mai completamente finito, ma che va costantemente sviluppato aggiungendo nuove informazioni e approfondimenti. Se ad esempio ricevete dei feedback da potenziali clienti o esperti, potreste dover adeguare l’idea di conseguenza.*

*Il documento allo stesso tempo è un diario d’apprendimento, che vi aiuta a riflettere sulla vostra esperienza e su quanto appreso.*

*Vi auguriamo molto successo nello sviluppare e sperimentare la vostra idea imprenditoriale!*

*Il vostro team myidea.ch*

**Indice**

Idea imprenditoriale: profilo 4

a) Cosa si intende con «idea imprenditoriale»? 4

b) MyBambooBike 4

c) La vostra idea imprenditoriale 4

d) Riflessione 4

«Vision» 5

a) Cosa è la «vision»? 5

b) MyBambooBike 5

c) Visione per l’impresa che avete pianificato 5

d) Riflessione 5

Nome, Logo e Tagline 5

a) Cosa bisogna prendere in considerazione per quanto riguarda il nome, il logo e la *tagline*? 5

b) MyBambooBike 6

c) Nome, Logo e *Tagline* per la vostra impresa 6

d) Riflessione 7

Prototipo (demo)/Minimum Viable Product 7

a) Cosa si intende per prototipo (demo) e «Minimum Viable Product»? 7

b) MyBambooBike 8

b) Il vostro prototipo (demo) rispettivamente il vostro Minimum Viable Product 8

c) Riflessione 9

Modello aziendale 9

a) Cos’è un modello aziendale? 9

b) MyBambooBike 10

c) Il vostro modello aziendale 10

d) Riflessione 10

Carattere distintivo 11

a) Cos’è un carattere distintivo? 11

b) MyBambooBike 11

c) Il vostro modello aziendale 11

d) Riflessione 12

Concetto di Marketing 12

a) Cos’è un concetto di marketing? 12

b) MyBambooBike 12

c) Il vostro modello aziendale 13

d) Riflessione 14

Margine di contribuzione e Break-Even-Point 14

a) Come faccio a sapere se la mia impresa può essere redditizia? 14

b) MyBambooBike 14

c) Margine di contribuzione e Break-Even-Point 14

d) Riflessione 15

Team fondatore 15

a) Cosa è importante per il team fondatore? 15

b) MyBambooBike 15

e) Il vostro team fondatore 16

d) Riflessione 16

E poi? 17

# Idea imprenditoriale: profilo

## Cosa si intende con «idea imprenditoriale»?

Un’idea imprenditoriale è il processo di ideazione e di sviluppo di un prodotto o di un servizio. Quale problema bisogna risolvere per quale gruppo target? O meglio: quale esigenza dovrebbe essere soddisfatta per quale gruppo target?

## MyBambooBike

* Ein Bild, das Fahrrad, Gebäude, geparkt, Gestell enthält.

  Automatisch generierte BeschreibungMyBambooBike vende biciclette design e sostenibili con telaio in bambù. In questo prodotto sostenibilità ed equità sono particolarmente importanti.
* Le biciclette possono essere ordinate in Internet e vengono consegnate direttamente a casa entro due o tre settimane.
* Le biciclette inoltre possono essere acquistate presso negozi di biciclette o di design di propria scelta.
* In futuro le clienti e i clienti avranno anche la possibilità di ordinare online la propria bicicletta da assemblare con l’ausilio di un configuratore. Questa opportunità, tuttavia, all’ inizio non verrà offerta per non rendere il progetto troppo complesso.

**Immagine:** messa a disposizione da Drehmoment-Bikes

## La vostra idea imprenditoriale

**Consegna:**

Annotate brevemente la vostra idea imprenditoriale delineandone il profilo con l’aiuto di parole chiave e una foto oppure uno schizzo.

\*\*\* Spazio per la vostra idea imprenditoriale \*\*\*

## Riflessione

* Mostrate in 4 o 5 passi come avete avuto la vostra idea imprenditoriale.
* Riflettete: ci sono stati barriere o fattori abilitanti? Illustrate le situazioni con un paio di parole chiave.

\*\*\* Spazio per la vostra riflessione \*\*\*

# «Vision»

## Cosa è la «vision»?

La vision – visione – permettere di capire come vorreste sviluppare a lungo termine la vostra azienda. Dovrebbe riflettere l'idea di base, i principi guida della vostra azienda. Una buona visione può liberare delle energie. Può orientare, indicare un senso sia ai fondatori sia ai dipendenti. Prendetevi del tempo per sviluppare la visione, discutetene l'idea centrale, il «cuore» all'interno del team prima di iniziare a formularla.

|  |  |
| --- | --- |
| **Esempi di cattive visoni** | **Esempi di buone visioni** |
| «Nei prossimi cinque anni vogliamo possedere una quota di mercato del 20% !» | «Un computer su ogni scrivania e in ogni casa.» (Microsoft, 1975) |
| «Vogliamo crescere due volte più velocemente del mercato con un profitto del 15%.» | «Immaginatevi un mondo nel quale ogni persona abbia libero accesso all’insieme della conoscenza.» (Wikipedia) |

**Fonte:** https://www.mehr-fuehren.de/beispiele-unternehmensvisionen/

## MyBambooBike

La prima bicicletta che risponderà all'idea completa di ciclismo dei veri appassionati delle due ruote: semplicità, stile, sostenibilità, armonia con natura.

## Visione per l’impresa che avete pianificato

**Consegna:**

Formulate in due-tre frasi la vostra visione. Suggerimento: mostrate la vostra *vision* ai vostri amici: come è nata la visione? I vostri amici avrebbero piacere a collaborare alla realizzazione di questa visione?

\*\*\* Spazio per la vostra visione \*\*\*

## Riflessione

* Spiegate come avete sviluppato la vostra visione.
* Scegliete un aspetto della *vision* che vi piace particolarmente e presentatelo.

\*\*\* Spazio per la vostra riflessione \*\*\*

# Nome, Logo e *Tagline*

## Cosa bisogna prendere in considerazione per quanto riguarda il nome, il logo e la *tagline*?

**Nome:** il nome di un’impresa è importante. È una sorta di *testimonial* della vostra impresa. Il nome dovrebbe essere facile in modo che resti facilmente impresso nelle persone.

Consiglio: a dipendenza della forma giuridica dell’impresa, bisogna osservare alcune regole. In particolare, bisogna verificare in che misura il marchio può essere protetto e se ci sono domini web disponibili validi. Questi aspetti vanno presi in considerazione se veramente intendete fondare l‘impresa. In questo caso fatevi assolutamente consigliare da esperti di Startup.

Per questo progetto, tuttavia, siete liberi di scegliere il nome: alla vostra impresa potete dare un nome di fantasia, un nome che suggerisce la natura del prodotto o del servizio, oppure inventare a un nome che abbia qualcosa a che fare con il vostro.

**Logo:** una Startup deve possedere anche un buon logo. Un logo è un segno grafico appositamente progettato. Può anche trattarsi di un marchio composto da lettere e numeri (ad esempio la sequenza di lettere colorate di Google). Il logo è un elemento distintivo per un'azienda, un'organizzazione o un'iniziativa. Può gettare le basi dell'identità di un’impresa, un’organizzazione o un’iniziativa (*brand identity*). (Cosa rappresenta il marchio? Cosa rende il marchio speciale?).

Quando si progetta un logo, prestare attenzione a quanto segue:

* **Semplicità:** deve avere forme chiare, essere facile da ricordare, perché la sua utilità dipende proprio da questo.
* **Adeguatezza:** deve essere adatto al pubblico di destinazione, alla gamma di prodotti e alla filosofia aziendale.
* **Versatilità:** deve funzionare in diverse misure e su diversi supporti multimediali (pagina web, carta intestata, prodotto stesso).

***Tagline*:** una *tagline* è una frase incisiva, deve far sì che la vostra impresa venga ricordata dal gruppo target (to tag = marcare). La *tagline* deve esprimere ciò che la vostra impresa o il vostro marchio offre alle clienti e ai clienti, cosa la rende speciale. Una *tagline* può aiutare a differenziare la vostra impresa da altre.

Assicuratevi di avere una *tagline* il più breve possibile, indicativamente tre al massimo sette parole. Ecco alcuni esempi di *tagline*:

* Nike: «Just do it»
* Migros: «Vivere bene è semplice»
* Rivella: «Ovunque la tua sete è di casa.»
* A volte *tagline* e slogan vengono confusi. La differenza: una *tagline* rappresenta un’impresa o un marchio nel suo complesso, mentre uno slogan di solito viene impiegato per promuovere un determinato prodotto o una campagna.

## MyBambooBike

**Name:** MyBambooBike

**Logo:**

***Tagline*:** «Le nostre bici non sono solo belle, ma anche rinnovabili!»

## Nome, Logo e *Tagline* per la vostra impresa

**Consegna:** pensate a un nome accattivante per la vostra impresa. Elaborate un logo e se dovesse restarvi tempo, anche una *tagline*. Non documentate solo le versioni finali del nome, del logo e della *tagline*, ma anche gli eventuali passaggi intermedi. Motivate le vostre scelte grafiche per il logo (ad esempio, perché avete scelto un determinato colore?).

\*\*\* Spazio per il nome, il logo e la *tagline* della vostra impresa \*\*\*

## Riflessione

* Come avete trovato il nome per la vostra impresa?
* È stato facile o difficile trovare il nome e il logo per la vostra impresa? Motivate la vostra risposta.
* Il tempo investito per sviluppare il logo è stato appropriato? (giusto/troppo lungo/troppo breve)
* Qualora non foste ancora soddisfatti del nome, logo e tagline: quali passi concreti intendete intraprendere per sviluppare ulteriormente il vostro logo/nome?

\*\*\* Spazio per la vostra riflessione \*\*\*

# Prototipo (demo)/Minimum Viable Product

## Cosa si intende per prototipo (demo) e «Minimum Viable Product»?

Per ottenere un feedback sull’offerta che avete elaborato, cercate di prendere contatto con potenziali clienti il più presto possibile. Potete usare i feedback per sviluppare ulteriormente il prodotto o servizio che avete progettato. Dato che svolgerete il programma myidea.ch in poche settimane e che generalmente non sarete in grado di portare il vostro prodotto o servizio a un livello di sviluppo necessario per lanciarlo sul mercato, è importante che troviate un modo per ottenere lo stesso ulteriori feedback. A questo proposito dovete assicurarvi che le persone con cui parlate possano immaginare nel miglior modo possibile – o addirittura utilizzare (per lo meno parzialmente) – il vostro prodotto o servizio. Ci sono diversi modi per farlo. Due di questi sono la creazione di un prototipo o versione demo e la creazione di un Minimum Viable Product:

**Versione demo o prototipo:** una versione demo o prototipo permette di «simulare» il prodotto o il servizio. In altre parole: comportarsi **come** **se**... perché in realtà il prodotto o il servizio non funziona ancora. Per esempio, se si vuole dimostrare come funziona un'applicazione, le schermate più importanti possono essere visualizzate uno dopo l'altro con l'aiuto di uno schizzo, una presentazione PowerPoint o un *web tool* (strumento digitale). Una versione demo (prototipo) è quindi una sorta di modellino che viene utilizzato a scopo dimostrativo.

**Minimum Viable Product (MVP):** Un «Minimum Viable Product» è un «prodotto minimamente funzionante», che contiene le proprietà essenziali di un prodotto, ma nulla più. L'MVP permette di testare sistematicamente, il più presto possibile e con il minor sforzo possibile su potenziali clienti, i principali presupposti di un'idea imprenditoriale. Il feedback delle clienti e dei clienti dovrebbe essere raccolto ripetutamente permettendo il progressivo sviluppo del prodotto o servizio (passo dopo passo).

## MyBambooBike

**Presupposti principali:**

* Le/I clienti sono interessati alle biciclette in bambù
* Le/I clienti sono pronti a ordinare le biciclette in bambù da Internet
* Ci sono abbastanza clienti disposti a prendere in considerazione materiali alternativi (i cosiddetti «Early Adopters», cioè persone che sono sempre tra le prime ad adottare innovazioni e nuove idee)

**Come si possono verificare i presupposti principali?**

È difficile costruire una bicicletta in bambù in poche settimane. Ecco due opzioni possibili per verificare i presupposti:

1. Il team fondatore cerca su Internet una foto di alta qualità di una bicicletta in bambù che si avvicini il più possibile alla sua idea.
2. In Internet è possibile acquistare kit di telai di biciclette in bambù. Il team fondatore compra un kit, lo assembla.
3. Il team fondatore, con la bici o l’immagine del prototipo di bicicletta, prende poi contatto con i seguenti gruppi di persone (persone rilevanti) al fine di ottenere un feedback:

* Proprietari di negozi di bicilette o negozi di design, attenti alla sostenibilità, che vendono biciclette di alta qualità e stile.
* Manager o dipendenti di negozi online di design sostenibile nel cui assortimento potrebbe figurare anche una bicicletta in bambù. Nel migliore dei casi un negozio potrebbe includere la bicicletta di bambù fra i propri prodotti. Le/I clienti cliccando sul prodotto vedrebbero farà parte dell’assortimento in futuro, si vi sarà sufficiente interesse.
* Produttori di biciclette che producono anche biciclette in bambù, ma che sono attivi in un altro paese e quindi inizialmente non rappresentano una concorrenza diretta.
* Imprenditori che hanno già provato a vendere biciclette in bambù, ma che nel frattempo hanno già chiuso la propria attività. Proprio questi fondatori possono fornirvi informazioni preziose di ciò che NON bisogna fare.

## Il vostro prototipo (demo) rispettivamente il vostro Minimum Viable Product

**Consegna**

* Pensate a quali presupposti fondamentali desiderate testare con il vostro prototipo (versione demo) rispettivamente MVP. In altre parole: quali domande aperte dovete chiarire per poter valutare meglio se il vostro prodotto o servizio verrebbe richiesto sul mercato e come dovrebbe essere il vostro prodotto o servizio?
* Come dovrebbe essere il vostro prototipo (versione demo) rispettivamente MVP per poter testare i presupposti fondamentali?
* Organizzate un colloquio con un'esperta o un esperto e mostrategli il vostro prototipo (versione demo) o il vostro MVP.
* Se possibile cercate di prendere contatto con potenziali clienti in modo da ottenere dei feedback a addirittura vender loro il prodotto.
* Se possibile fate un elenco di ogni cambiamento concreto che desiderate apportare al vostro prodotto o servizio in base ai feedback ricevuti.

\*\*\* Spazio per la descrizione del vostro prototipo (versione demo) rispettivamente del vostro MVP. Potete anche mettere delle fotografie. \*\*\*

## Riflessione

* Pensate al vostro approccio per il colloquio. Affrontate i seguenti punti: ricerca di un esperto o di un'esperta, tempistica, preparazione, implementazione. Terminate la vostra riflessione con un elenco di 3-5 punti per il vostro prossimo colloquio con il titolo «Ecco come intendo procedere» (ad esempio prevedo almeno due settimane fra la richiesta di colloquio e il colloquio stesso, penso a un piano B qualora l’esperto/a desiderato/a per il colloquio non fosse disponibile)

\*\*\* Spazio per la vostra riflessione \*\*\*

# Modello di business

## Cos’è un modello di business?

Il modello di business descrive come l’impresa dovrebbe funzionare nel suo insieme e come i diversi componenti del modello di business sono interconnessi. In particolare, deve rispondere alle seguenti domande:

1. **Proposta di valore: Qual è il beneficio offerto al cliente?**

* Quale valore viene creato per le clienti e i clienti?
* Quale problema viene risolto per le clienti e i clienti?
* Quali necessità del cliente vengono soddisfatte?

1. **Segmento di clientela target: Chi sono le clienti e i clienti?**

* Chi è il gruppo target o gruppo di persone a cui è destinato il nostro prodotto o servizio?
* Abbiamo uno o più gruppi target? Quali?

1. **Creazione di valore: Come viene resa possibile la creazione del prodotto o servizio?**

* Quali sono le attività principali che bisogna eseguire per realizzare la proposta d’investimento?
* Quali sono le risorse chiave necessarie?
* Con quali partner chiave si collabora?

1. **Logica di profitto:**

* **Modello dei ricavi:** come si intende realizzare il fatturato?
* **Costi:** quali sono i costi principali?

**Importante:** ogni impresa dovrebbe perseguire una sostenibilità economica, sociale, ecologica ed etica. Le clienti e i clienti chiedono sempre più spesso che queste responsabilità vengano rispettate. Realizzate il vostro modello di business in modo tale che questi aspetti – sociali, ecologici ed etici- siano sempre presi in considerazione in ciascun elemento del modello. Inoltre, è importante che questi aspetti siano ben presenti nella comunicazione. Le clienti e i clienti devono capire perché il prodotto o servizio può essere più costoso ed essere pronti a pagarlo.

## MyBambooBike

**1. Proposta di valore:** le/i clienti ricevono una bicicletta prodotta in modo ecologico, con un look naturale e minimalista. È una bicicletta alla moda con cui ci si fa notare.

**2. Segmento di clientela target:** MyBambooBike è rivolta agli appassionati di biciclette che apprezzano la sostenibilità e il design.

**3. Creazione di valore**

***Attività chiave***

* Design delle biciclette
* Curare il partenariato con i fornitori
* Creazione e manutenzione del sito web
* Marketing
* Elaborazione degli ordini
* Assemblaggio delle biciclette in loco / in Svizzera
* Creazione e mantenimento di una rete di rivenditori

***Risorse chiave***

* ***Capacità di progettazione:*** MyBambooBike desidera produrre biciclette di classe, in grado di distinguersi da altre biciclette, comprese quelle in bambù già presenti sul mercato. Pertanto, l’impresa deve avere un eccellente designer industriale all’interno del proprio team o assumerlo come libero professionista.
* ***Know-how di marketing:*** MyBambooBike vuole entrare in un segmento di mercato disposto a pagare un prezzo elevato. La qualità e la sostenibilità del prodotto lo giustificano. Tuttavia, l’impresa ha bisogno di un marketing «della sostenibilità» convincente che sia in grado di comunicare questo valore ai potenziali clienti.

***Partner chiave***

* Fornitori di telai dal Vietnam: MyBambooBike deve garantire che la qualità dei telai sia costante ed elevata.
* Eccellente designer industriale (vedi il punto *Risorse chiave*).
* Curare le relazioni con rivenditori che visto il loro orientamento sono adatti a MyBambooBike.

**4. Logica dei profitti:**

* **Modello dei ricavi:** vendita di biciclette in bambù.
* **Costi:** i costi principali sono quelli per il personale a Berna, per il materiale e per il marketing.

## Il vostro modello di business

**Consegna:** Rispondete alle domande poste al punto 5. Non dimenticatevi di adattare il vostro modello di business se, in base alle nuove informazioni, ciò si rivelasse utile e indicato.

\*\*\* Spazio per il vostro modello aziendale \*\*\*

## Riflessione

Descrivete le maggiori difficoltà incontrate (1-3) per quanto riguarda lo «Sviluppo del modello di business» e il «Lavoro di squadra»:

**1. Sviluppo del modello di business** (ad es.: È stato difficile stabilire il prezzo del prodotto)

|  |  |
| --- | --- |
| **Difficoltà** | **Come si può risolvere?** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**2. Lavoro di squadra** (ad es.: È stato difficile sviluppare una *vision* condivisa per l’impresa). Riflettete: come mai sono nate le difficoltà? Proponete quindi una soluzione concreta ad ogni difficoltà incontrata.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Difficoltà** | **Perché è sorta?** | **Come si può risolvere?** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

# Carattere distintivo

## Cos’è un carattere distintivo?

Il carattere distintivo descrive l’esclusività dell’offerta di vendita. Si parla anche di “USP”. USP è l’acronimo di Unique Selling Proposition che tradotto significa « Argomentazione esclusiva di vendita». Il carattere distintivo dovrebbe essere un carattere eccezionale, unico e straordinario del prodotto o servizio, qualcosa che vi permetta di distinguervi dalla concorrenza. Tuttavia, non basta differenziarsi dalla concorrenza, la caratteristica deve essere rilevante anche per le clienti e i clienti!

## MyBambooBike

Le biciclette di Mybamboobike hanno un look unico e caratteristico: il bambù conferisce un aspetto elegante e naturale. La bicicletta quindi si distingue chiaramente da quelle in acciaio o in carbonio. Inoltre, MyBambooBike garantisce un design alla moda e senza tempo. Il bambù è ancora un materiale insolito per la produzione di biciclette, questo nonostante sia sufficientemente stabile e in grado di assorbire bene gli urti grazie alla sua flessibilità. Il carattere naturale non si percepisce solo nel design: il bambù è una risorsa rinnovabile e MyBambooBike ha scelto la sua impresa partner in Vietnam, questo per garantire la provenienza del bambù da foreste sostenibili e condizioni di lavoro eque.

## Il vostro modello di business

**Consegna:**

Qual è il carattere distintivo del vostro prodotto o servizio? Illustrate cosa fate di diverso rispetto alle imprese con le quali sarete in concorrenza.

\*\*\* Spazio per il carattere distintivo del vostro prodotto/servizio \*\*\*

## Riflessione

* Spiegate in che modo avete verificato se il carattere distintivo è importante, rilevante e significativo per i vostri clienti.
* Analizzate il vostro carattere distintivo. Verificate in particolare se è esclusivo oppure se conoscete altri fornitori di un prodotto o servizio simile.

\*\*\* Spazio per la vostra riflessione \*\*\*

# Concetto di Marketing

## Cos’è un concetto di marketing?

Un concetto di marketing descrive l'insieme di tutte le misure di marketing. Un modo oggi molto utilizzato per pianificare un concetto di marketing consiste nel servirsi di quelle che sono chiamate le 4 leve del marketing, le 4P: Product (prodotto), Place (posto, ovvero punto vendita o distribuzione), Price (prezzo), Promotion (promozione). È importante che le 4P siano progettate in modo tale che il marketing mix complessivo che ne risulta, si traduca in un concetto coerente.

Una delle principali sfide per ogni Startup consiste nel farsi conoscere dal proprio gruppo target e comunicare il carattere distintivo. Questo è particolarmente impegnativo perché le Startup di solito hanno risorse limitate e godono di poca credibilità sul mercato. Come fanno le clienti e i clienti a sapere che una Startup può mantenere ciò che promette? Ciò di cui c'è bisogno, quindi, sono attività di marketing innovative e creative che possano raggiungere il gruppo target mantenendo bassi i costi.

## MyBambooBike

**Prodotto**

* Vengono vendute bicilette in bambù eleganti e alla moda con un design minimalista. I raccordi sono in alluminio (che è meglio del carbonio dal punto di vista ecologico), i cavi sono posti all’interno del telaio.
* La bicicletta può essere personalizzata con un’incisione o un’immagine sul telaio.

**Posto**

Le biciclette in bambù vengono vendute attraverso due canali di distribuzione:

* Nello Shop Online
* Tramite rivenditori selezionati. Da un lato si tratta di negozi di design (online e offline) i cui proprietari apprezzano la sostenibilità, dall’altro rivenditori di biciclette selezionati.

**Prezzo**

* Poiché MyBambooBike presta attenzione alla qualità e si rivolge a un pubblico che attribuisce un grande importanza alla qualità, sostenibilità ed equità, le biciclette hanno un prezzo di vendita elevato. Il prezzo medio per una bicicletta ammonta a circa CHF 3000.
* Nella collaborazione con i rivenditori si farà attenzione che paghino le biciclette appena effettuano l’acquisto e che ne comperino almeno cinque. Questo comporta vantaggi in termini di liquidità (ossia la capacità di far fronte agli obblighi di pagamento) e riduce l’onere amministrativo.

**Promozione**

* Fornire le biciclette in bambù ai corrieri delle grandi città, che nel contempo farebbero pubblicità al mezzo.
* Partecipazione annuale alla fiera internazionale della bicicletta Eurobike a Friedriscshafen (Germania). Durante la fiera è possibile stabilire contatti con i rivenditori ed eventualmente vendere le biciclette.
* Promuovere le biciclette attraverso la stampa. Concentrarsi sui media attivi nei settori del ciclismo, dello stile di vita sostenibile, ecc.
* Prendere parte a concorsi di design annuali ai quali partecipano giovani designer universitari. A questi concorsi annuali propongono nuove sfide, ad es. progettare una bicicletta adatta traffico cittadino. La bicicletta vincente verrà venduta nello shop. A dipendenza dell’interesse e delle prenotazioni, la bicicletta verrà prodotta e il team di designer che l’ha progettata parteciperà all’utile.
* Avere particolare cura della qualità delle immagini che verranno pubblicate sul sito web e su altri canali di comunicazione. L’elevata qualità delle biciclette altrimenti non potrà essere colta. A questo proposito MyBambooBike collabora con un buon fotografo (vedi esempio di foto sottostante)Ein Bild, das Zaun, Himmel, draußen, aus Holz enthält.

  Automatisch generierte Beschreibung
* **immagine:** messa a disposizione da Drehmoment-Bikes

## Il vostro modello di business

**Consegna:**

Descrivete il vostro concetto di marketing. A questo proposito, per esempio, utilizzate le 4P del marketing.

\*\*\* Spazio per le vostre idee di Marketing \*\*\*

## Riflessione

* Spiegate perché avete scelto le misure di marketing presentate.
* Descrivete nel modo più preciso possibile ciò che avete utilizzato per orientarvi nello sviluppo delle misure (ad esempio avete chiesto consiglio a qualcuno? Avete dato un’occhiata alle misure di altre Startup?).
* Esaminate di nuovo tutte le misure di marketing: scegliete una misura e pensate a come potreste ottenere lo stesso effetto in modo più conveniente.

\*\*\* Spazio per la vostra riflessione \*\*\*

# Margine di contribuzione e Break-Even Point

## Come faccio a sapere se la mia impresa può essere redditizia?

Per rendere finanziariamente sostenibile la propria idea imprenditoriale e per sviluppare la sensazione che il progetto valga, è opportuno fare i seguenti calcoli:

**Fase 1: calcolo del costo variabile unitario (che serve per il calcolo del margine di contribuzione).** In questa fase vengono sommati i costi variabili (costi diretti) che si sostengono quando si produce un’unità supplementare del rispettivo prodotto/servizio. Per fare ciò, bisogna prima di tutto identificare l’unità rilevante.

**Fase 2: calcolo del margine di contribuzione.** Nella seconda fase si sottrae dal prezzo di vendita stimato, il costo variabile unitario. Così si determina il contributo disponibile per unità venduta necessario a coprire i costi fissi e a realizzare il profitto (che si realizza a condizione che il Break-Even Point, ossia il punto a partire dal quale si realizza un profitto, venga superato).

**Fase 3: calcolo dei costi fissi.** In una terza fase si sommano tutti i costi fissi per un determinato lasso di tempo (ad es. per un arco temporale di un anno). Si tratta di costi che sussistono indipendentemente dal numero di prodotti o servizi venduti, ad esempio gli stipendi, gli affitti degli uffici o le assicurazioni, che devono essere pagati anche se si vendono pochissimi prodotti/servizi o addirittura nessuno.

**Fase 4: calcolo del Break-Even Point.** Se si divide la somma dei costi fissi con il margine di contribuzione calcolato, si ottiene il numero di unità che devono essere vendute al fine di realizzare il Break-Even Point. Ogni unità venduta oltre il Break-Even Point genera un profitto.

## MyBambooBike

Trovate i calcoli per MyBambooBike nella tabella Excel: «MyBambooBike - Margine di contribuzione e Break-Even Point».

## Margine di contribuzione e Break-Even Point

**Consegna:**

Elaborate in Excel un margine di contribuzione e una calcolazione del Break-Even Point. Utilizzate come modello la tabella Excel di MyBambooBike.

Nella stima dei costi annotate quelli di cui non siete ancora sicuri e preparate una proposta concreta per individuare persone a cui chiedere aiuto nell’elaborare una stima delle finanze più precisa.

## Riflessione

* Descrivete come è stato per voi calcolare il margine di contribuzione e il Break-Even Points (semplice/difficile/motivazione).
* Guardate nuovamente i vostri calcoli e riflettete: la vostra impresa dal punto di vista economico ha senso? In altre parole: dopo quello che avete appreso, è plausibile con il vostro modello di business raggiungere la zona di profitto?
* Citate una misura concreta grazie alla quale la vostra impresa può diventare più redditizia.

\*\*\* Spazio per la vostra riflessione \*\*\*

# Team fondatore

## Cosa è importante per il team fondatore?

Avviare un’impresa come team presenta molti vantaggi: diverse persone apportano competenze e contatti diversi. Se le cose non vanno bene, i membri del team, insieme, possono cercare una soluzione e motivarsi a vicenda. Si possono prendere insieme decisioni importanti e quindi integrare diverse prospettive. Fondare in team però comporta anche degli svantaggi: il coordinamento e le decisioni comuni richiedono tempo ed energie che possono generare conflitti e attriti.

È importante che coloro che fondano un’impresa insieme, quindi in team, abbiano idee simili per quanto riguarda l’obiettivo dell’impresa. Si tratta di guadagnare più soldi possibile e crescere rapidamente? L’obiettivo è quello di essere capi di sé stessi? In questo caso la crescita dell’impresa potrebbe non avere un ruolo così importante. È tuttavia importante che vi sia una chiara ripartizione delle competenze (compiti): chi è responsabile di cosa? In quali aree le decisioni vengono prese dal responsabile? Quali decisioni vengono prese congiuntamente?

Un altro aspetto che deve assolutamente essere chiarito è il seguente: chi finanzia l’azienda e in che misura? Chi riceve quali azioni? Qual è il background finanziario delle persone coinvolte? Quanto denaro sono disposte a investire e, se necessario, a perdere? Non bisogna dimenticare che molte Startup falliscono.

## MyBambooBike

**Anna**

* Meccanica di biciclette con attestato federale di capacità AFC
* Prima di fondare l’azienda, due anni di esperienza professionale in veste di impiegata presso un negozio di biciclette
* Appassionata di biciclette con un debole per le biciclette eleganti, semplici e di alta qualità.
* Per Anna la sostenibilità è molto importante e su questo non vuole scendere a compromessi. Anna crede che la sostenibilità sarà uno dei grandi temi del futuro e che sempre più clienti le accorderanno importanza.
* Settori di competenza: sviluppo di modelli di biciclette, consulenza alla clientela, garanzia della qualità.

**Peter**

* Impiegato di commercio AFC
* Anche Peter è amante delle biciclette e si è fatto contagiare dall’idea di Anna.
* Settori di competenza: aspetti finanziari e amministrativi.

**Settori di competenza comuni**

* Decisioni che comportano grandi impegni finanziari.
* Consulenza alle/ai clienti; in questo modo entrambi possono sviluppare una buona sensibilità per i desideri, le esigenze e le aspettative della clientela.

## Il vostro team fondatore

***Consegna:*** *Presentate di seguito il vostro team fondatore. Per ogni persona mettere una foto e scrivetene un breve profilo: quali sono i punti forti di ogni persona? Quali sono i suoi interessi?*



* xxx
* xxx
* xxx
* xxx



* xxx
* xxx
* xxx
* xxx

## Riflessione

* Decidete se il vostro team possiede le competenze necessarie per fondare questa impresa con successo. Elencate almeno 5 punti a favore. Riflettete anche su questo aspetto: quali competenze specifiche mancano ancora al vostro team? Proponete concretamente altri membri da annoverare nel team.

**Cosa ci fa avere successo:**

1. …
2. …
3. …
4. …
5. …

**Ci mancano queste competenze:**

* …
* …
* …

**Nel nostro team abbiamo bisogno questi altri membri:**

* …
* …

# E poi?

**Riflessione conclusiva:** nella vostra attuale situazione o subito dopo il vostro apprendistato, avrete il coraggio di avviare effettivamente la vostra impresa?

In caso negativo: cosa manca?

In caso affermativo: come ve la immaginate?

\*\*\* Spazio per le vostre riflessioni \*\*\*