

# CareerLink

**20/12/2024**

—

**CareerLink**

**IIS Volterra Elia**

**Via Esino, 36**

**60100, Ancona (AN)**

## Indice

1. Executive summary
  - 1.1. Descrizione del problema
  - 1.2. Descrizione della soluzione
  - 1.3. Vision e Mission
2. Caratteristiche del prodotto
  - 2.1. Mock-Up del prodotto
  - 2.2. Unicità del prodotto
  - 2.3. Trattamento dati sensibili
  - 2.4. Analisi SWOT
3. Analisi di mercato
  - 3.1. Valore del mercato
  - 3.2. Opportunità
  - 3.3. Concorrenza
4. Strategia di marketing
  - 4.1. Pubblico target
  - 4.2. Pubblicità
5. Struttura organizzativa e risorse necessarie
  - 5.1. Tipo di società
  - 5.2. Team
  - 5.3. Risorse necessarie
6. Analisi finanziaria
  - 6.1. Monetizzazione
  - 6.2. Stima bilancio annuo
  - 6.3. Capitale di partenza
7. Piano di sviluppo e crescita
  - 7.1. Roadmap
  - 7.2. Obiettivi a lungo termine
  - 7.3. Servizi aggiuntivi in fase di sviluppo
  - 7.4. Servizi accessori post-vendita
  - 7.5. Miglioramento della UX e web design
8. Rischi
  - 8.1. Rischi economici
9. Sitografia

## 1. Executive summary

### 1.1. Descrizione del problema

Ad oggi, le aziende riscontrano il problema di reperire giovani lavoratori aventi competenze specifiche e gli studenti faticano a trovare possibilità di tirocinio e lavoro che siano inerenti al loro percorso di studi. Inoltre le scuole manifestano la sentita mancanza di mezzi efficienti per facilitare le connessioni tra ragazzi e opportunità post diploma o di PCTO.

Esiste, quindi, l'evidente necessità di supportare i processi di crescita personale e lavorativa degli studenti, incentivando esperienze formative cercando di collegare il mondo scolastico con quello lavorativo.

### 1.2. Descrizione della soluzione

Per le suddette ragioni "CareerLink" si prefigge l'obiettivo di favorire le interazioni tra studenti, ex studenti e scuole con le aziende. Ciò è reso possibile grazie all'impiego di relazioni biunivoche: ogni profilo può cercare opportunità basate sui propri interessi e competenze, formulare e ricevere richieste dagli altri utenti.

In base al tipo di account, che identifica il ruolo dell'utente, la piattaforma favorisce i seguenti contatti:

- Aziende-Studenti: le aziende cercano studenti, in base alle competenze espresse dai tag a loro associati, a cui offrire un periodo di PCTO, in modo che questi possano diventare validi candidati per un futuro posto di lavoro. Allo stesso tempo gli studenti sono interessati a contattare le aziende per esprimere le loro preferenze su dove trascorrere il proprio periodo di PCTO;
- Aziende-Scuole: sempre in ottica PCTO, le scuole sono facilitate a collocare i ragazzi in aziende che si adattano maggiormente alle loro qualità grazie ad una ricerca avanzata effettuata tramite filtri che evidenziano le qualità richieste dalle varie compagnie, e al contempo le aziende hanno interesse ad assumere degli studenti per formarli e renderli possibili futuri dipendenti;
- Aziende-Ex studenti: gli studenti post diploma hanno la possibilità di essere assunti nel luogo in cui hanno effettuato il PCTO o trovare nuove opportunità lavorative e le compagnie hanno l'opportunità di ricoprire i propri posti di lavoro con persone che abbiano le specifiche qualità da loro richieste.

### 1.3. Vision e Mission

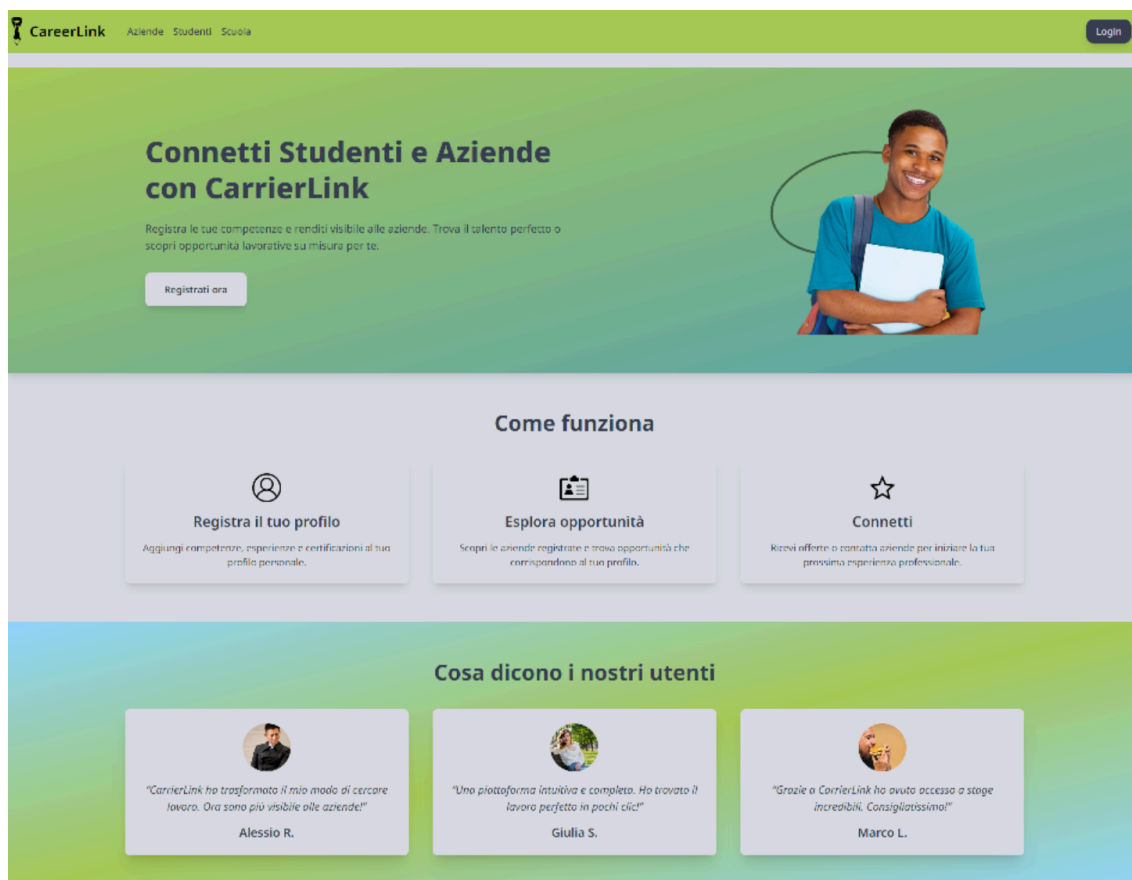
Le missioni attuali della startup sono ottenere un'utenza pari a centomila studenti e convincere così importanti aziende del territorio ad investire nella nostra idea.

Ciò pone "CareerLink" un passo più vicini alla propria vision, ovvero "connettere aziende e studenti per una transizione scuola-lavoro più efficiente".

## 2. Caratteristiche del prodotto

### 2.1. Mock-Up del prodotto

In seguito sono riportate alcuni mock-up della piattaforma, rappresentano come si presenta "CareerLink".



Mock-up schermata "Home"

## Perché scegliere CareerLink?

Scopri come la nostra piattaforma può supportare il successo della tua azienda con strumenti avanzati e connessioni strategiche.



### Accesso a Talenti Qualificati

Connettiti con una rete di professionisti qualificati e studenti pronti a contribuire al successo della tua azienda.



### Crescita del Brand

Promuovi il tuo marchio aziendale con strumenti di visibilità personalizzati.



### Gestione del Tempo

Ottimizza il tuo processo di assunzione e riduci il tempo dedicato alla selezione del personale.

## Scegli il piano giusto per la tua azienda

### Piano Silver

50 € / anno

- ✗ Promozione mirata
- ✗ Pubblicità globale
- ✓ Accesso alla rete completa
- ✗ Partecipazione a corsi di certificazione

Scegli Silver

Il più popolare

### Piano Gold

600 € / anno

- ✗ Promozione mirata
- ✓ Pubblicità globale
- ✗ Alta visibilità
- ✗ Partecipazione a corsi di certificazione

Scegli Gold

### Piano Platinum

1100 € / anno

- ✓ Promozione mirata
- ✓ Alta visibilità
- ✓ Accesso alla rete completa
- ✓ Partecipazione a corsi di certificazione

Scegli Platinum

## Mock-up schermata "Studente"

### Studenti Attuali



#### Esperienze Lavorative

Partecipa a tirocini e progetti per sviluppare le tue competenze professionali.



#### Connessioni con Aziende

Collega il tuo profilo alle aziende per prepararti al tuo futuro professionale.

### Ex-Diplomati



#### Supporto nella Ricerca

Trova il lavoro ideale con il nostro supporto dedicato.



#### Crescita Professionale

Partecipa a corsi di formazione per migliorare le tue prospettive di carriera.

## Hai bisogno di aiuto?

Contatta il nostro team per ricevere il supporto di cui hai bisogno nel tuo percorso professionale.

Contattaci Ora

## Mock-up schermata "Azienda"

## Perché scegliere il nostro programma per le scuole?

Scopri come possiamo aiutarti a migliorare l'organizzazione delle attività di PCTO e a creare opportunità uniche per i tuoi studenti.



### Facilità d'uso

Gestisci richieste di PCTO con un'interfaccia intuitiva e strumenti dedicati.



### Connessione con aziende

Trova aziende partner per collaborazioni efficaci e opportunità per gli studenti.



### Maggiore visibilità

Aumenta la visibilità della tua scuola nel panorama educativo e aziendale.

## Scegli il piano giusto per la tua scuola

### Piano Freemium

Gratuito

- ✓ Accesso a tutte le funzionalità
- ✓ Assistenza nell'organizzazione PCTO

Attiva Freemium

Maggiore visibilità

### Piano Premium

500 € / anno

- ✓ Accesso a tutte le funzionalità
- ✓ Assistenza nell'organizzazione PCTO
- ✓ Maggiore fruibilità e visibilità

Scegli Premium

## Mock-up schermata "Scuola"

## 2.2. Unicità del prodotto

“CareerLink” è unico nel suo genere poiché tutti i suoi competitors sono incentrati solamente nel mondo del lavoro e non consentono una cooperazione tra studenti e aziende sin dal periodo scolastico.

Inoltre, permette una continuità del rapporto azienda-studente dal PCTO all’assunzione come dipendente.

## 2.3. Trattamento dati sensibili

Dato che la “CareerLink” si basa sull'iscrizione di studenti minorenni, è necessario rendere la piattaforma sicura e a norma dal punto di vista legale e del trattamento dei dati sensibili delle persone iscritte alla piattaforma. Per fare ciò viene impiegata la piattaforma “Iubenda”.

## 2.4. Analisi SWOT

L’analisi SWOT stipulata è la seguente.

### Strenghts

- Semplicità di comunicazione tra parti;
- Possibilità di avere un'ampia visione del percorso scolastico e professionale degli utenti;
- Soddisfazione della domanda delle aziende che necessitano un contatto diretto con gli studenti in uscita dalle scuole superiori ed università (clienti preesistenti);

### Weaknesses

- Mancanza iniziale di mezzo di comunicazione diretta (servizi chat e/o chiamate);
- Fondi iniziali limitati;
- Similarità di alcune funzionalità della piattaforma con altri competitor (recruiting post-diploma).

### Opportunities

- Approvazione del MIUR come piattaforma ufficiale PCTO;
- Transizione digitale e maggiore vicinanza della scuola alla tecnologia.

### Threats

- Competitors emergenti;
- Competitors simili;
- Disapprovazione del MIUR.

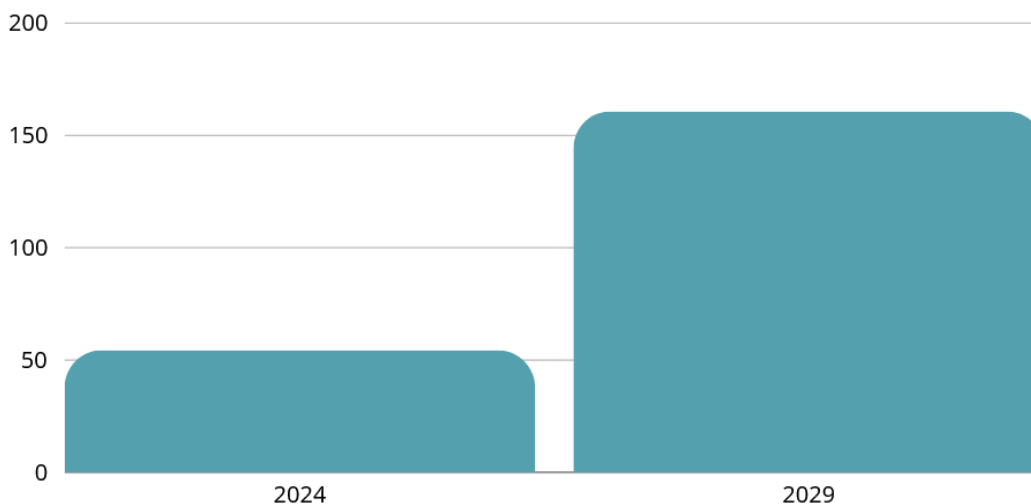
### 3. Analisi di mercato

#### 3.1. Valore del mercato

La piattaforma "CareerLink" si può collocare all'interno del mercato del networking professionale, il cui maggiore giocatore è LinkedIn.

Questo mercato nel mondo sta subendo una costante crescita dal 2019 e si prevede un incremento del valore del mercato partendo dal valore di 52,47 mld USD nel 2024 fino al valore di 160,77 mld USD nel 2029.

La tendenza del mercato è visualizzabile nel seguente grafico.



#### 3.2. Opportunità

L'impatto della pandemia causata dal Sars-Cov-2 ha arricchito il mercato del networking professionale in quanto le imprese sono sempre più propense a spostare il loro recruiting di nuovi giovani talenti e di cooperazione a distanza su piattaforme di terze parti specializzate.

Inoltre, dato che l'avvento della pandemia ha paralizzato lo schema di attuazione del PCTO ed al giorno d'oggi siamo ancora nella fase di ripresa del completo piano dell'alternanza scuola-lavoro, è una buona occasione per sfruttare questa ripresa per rivoluzionare il modo di fare PCTO grazie ad una piattaforma innovativa.

Oltretutto, l'avvento dei social media determina la loro importanza anche nell'ambito del business come vetrina delle proprie competenze e talenti.

Per le suddette ragioni è importante cogliere l'opportunità di espandersi in questo settore competitivo in crescita.

"CareerLink" si pone l'obiettivo di controllare circa il 1% del mercato, pari a circa €0.5 mld.

### 3.3. Concorrenza

I competitors individuati sono i seguenti:

- LinkedIn, questa rete professionale fornisce l'opportunità di creare un profilo lavorativo digitale, connettersi con altri professionisti, cercare e candidarsi a offerte di lavoro o tirocinio. Inoltre, offre l'opportunità di frequentare corsi<sup>(1)</sup>. LinkedIn è priva della connessione tra scuola, studenti e aziende che caratterizza il prodotto;
- Centri per l'impiego, queste strutture pubbliche sono specializzate nel far incontrare domanda e offerta di lavoro e attività amministrative come l'iscrizione alle graduatorie<sup>(2)</sup>. Ciò è privo del rapporto base tra studenti e aziende su cui si fonda l'app.

## 4. Strategia di marketing

### 4.1. Pubblico target

La nostra piattaforma si rivolge a tutte le persone che rientrano in una delle seguenti categorie:

- Studenti frequentanti il secondo biennio o il monoennio della scuola secondaria di II grado, in quanto la piattaforma offre la possibilità di connettersi alle aziende anche per il PCTO che è previsto dal programma ministeriale dalla classe terza della scuola secondaria di II grado;
- Studenti diplomati, possono giovare della presenza di numerose aziende per cercare più agevolmente un impiego grazie alle facilitazioni derivanti all'utilizzo dei tag-competenza;
- Scuole, in quanto facilitate nelle interazioni scuola-azienda per il PCTO;
- Piccole, medie e grandi imprese, che possono cercare giovani talenti tra i numerosi iscritti all'app.

### 4.2. Pubblicizzazione

Le varie strategie pensate per pubblicizzare "CareerLink" sono le seguenti:

- Partnership con scuole e università: proporre l'app come uno strumento ufficiale per gestire il PCTO e orientare gli studenti verso il mondo del lavoro;
- Workshop e webinar: organizzare eventi gratuiti per insegnanti e studenti, dimostrando come l'app semplifica la comunicazione tra scuola e aziende;
- Materiale informativo: fornire brochure digitali e cartacee alle scuole per spiegare i vantaggi dell'app;
- Eventi di matching: organizzare eventi digitali o in presenza per connettere aziende e studenti, utilizzando l'app come piattaforma principale;



- Content marketing: pubblicare articoli, video e infografiche sul tema dell'orientamento al lavoro e su come l'app risolve problemi specifici.

## 5. Struttura organizzativa e risorse necessarie

### 5.1. Tipo di società

La startup è una S.r.l. (società a responsabilità limitata) in quanto ripone nei soci una minore responsabilità sul capitale, ha un basso capitale minimo e maggiore flessibilità nell'atto costitutivo, fondamentale per personalizzare al meglio lo statuto alle esigenze di una startup.<sup>(3)</sup>

### 5.2. Team

Il team della startup "CareerLink" è composto da:

- Claudio Lenci, il quale ha svolto la funzione di full-stack developer, occupandosi sia del front-end (la parte visibile e interattiva di un'applicazione o di un sito web) sia del back-end (la parte nascosta, che gestisce la logica, i dati e le comunicazioni con il server) e la funzione di speaker, esponendo ai nuovi potenziali investitori la startup;
- Ihab Ben Nasr, il quale ha svolto la funzione di front-end, dando vita al design dell'applicazione, trasformandolo in un'esperienza concreta per gli utenti;
- Marco Mudric, il quale ha svolto la funzione di back-end, essendo il "motore" dell'applicazione, è infatti il responsabile di tutto ciò che accade dietro le quinte per supportare le funzioni visibili all'utente;
- Samuel Ezequiel Sanchez, il quale ha svolto la funzione di front-end, dando vita al design dell'applicazione, trasformandolo in un'esperienza concreta per gli utenti;
- Simone Vescovo, il quale ha svolto la funzione di business planner, trattando aspetti come analisi di mercato, proiezioni finanziarie e struttura organizzativa, fungendo da mappa per la crescita del business e da strumento per ottenere finanziamenti;
- Beatrice Gambella, la quale ha svolto la funzione di graphic designer, occupandosi di trasformare le idee in un'interfaccia visiva che sia bella, funzionale e rappresentativa dell'identità dell'app e la funzione di speaker, esponendo ai nuovi potenziali investitori la startup.

### 5.3. Risorse necessarie

Le risorse necessarie per l'avvio della startup possono essere suddivise in due categorie: risorse organiche e risorse tecnologiche.

Risorse umane:

- Team di sviluppo precedentemente descritto
  - 1 full-stack developer;
  - 2 front-end developer;
  - 1 back-end developer;
  - 1 graphic designer;
  - 1 business planner.

Risorse tecnologiche:

- Servizio di hosting (AWS);
- Attrezzatura tecnica (computer, mouse, tastiera) per ciascun componente del team.

## 6. Analisi finanziaria

### 6.1. Monetizzazione

Il modello di monetizzazione di “CareerLink” è basato sull’iscrizione gratuita per gli studenti in modo che si formi un ampio bacino e una grande opportunità di recruiting per le aziende. Quest’ultime sono così invogliate ad iscriversi alla piattaforma pur dovendo pagare una quota mensilmente. Le compagnie possono scegliere tra tre diversi pacchetti:

- Silver: piano base, con accesso limitato a contenuti come corsi o pubblicità al costo iniziale di 20 euro al mese, che progredirà nel tempo in modo proporzionale agli iscritti all’app, fino ad arrivare ad un costo massimo di 50 euro al mese con il raggiungimento dei 50.000 utenti;
- Gold: piano intermedio, permette di inserire banner pubblicitari e annunci video, mostrati durante l’utilizzo dell’app, soprattutto in momenti di inattività ma non di mettere a disposizione corsi per le certificazioni a pagamento, questo al costo di 200 euro al mese per arrivare con la stessa metodologia del piano silver ad un massimo di 600 euro al mese;
- Platinum: piano avanzato, in aggiunta al pacchetto gold, alle aziende è permessa l’aggiunta di corsi a pagamento per le certificazioni, ciò al costo iniziale di 300 euro al mese fino a raggiungere i 1.100 euro al mese.

Ogni piano ha vantaggi progressivi, incentivando le aziende a passare a un abbonamento superiore per ottenere più risorse e opportunità.

Inoltre anche l’iscrizione per le scuole è gratuita, ma è a loro discrezione fare l’abbonamento premium, che permetterebbe loro di avere una maggiore visibilità alle aziende e una facilitazione per l’organizzazione del PCTO.

Combinando pubblicità, piani di abbonamento a più livelli e corsi a pagamento con certificazioni, l’app non solo crea un sistema di monetizzazione diversificato, ma offre anche un valore aggiunto per utenti e

aziende, creando una piattaforma sostenibile e in grado di crescere nel tempo.

## 6.2. Stima bilancio annuo

Le stime dei costi annui in piena attività sono riportate nella seguente tabella.

Nome	Descrizione	Costo	Costo totale	Costo Totale
EC2 <sup>(4)</sup>	API	512,67 USD/mese	6152,04 USD	€5.934,77
RDS <sup>(5)</sup>	DB (MySQL)	289,16 USD/mese	3577,92 USD	€3.451,56
Iubenda <sup>(6)</sup>	Trattamento dati	€19,99/mese		€239,88
Marketing	Pubblicità	€12.000		€12.000
Stipendio risorse umane	salario lavoratori	€15.000/ann o/dipendent e		€90.000
Costo complessivo				€111.626,21

## 6.3. Capitale di partenza

Date le spese annue il capitale di partenza calcolato è pari a €125mila, ovvero abbastanza per coprire le spese annue (€111.626,21) più un fondo cassa destinato a coprire spese fuori programma.

## 7. Piano di sviluppo e crescita

### 7.1. Roadmap

Gli obiettivi prefissati nel prossimo futuro sono i seguenti.

- 27 Dicembre 2024 - Domanda al “Bando creazione di impresa 2024”<sup>(7)</sup>
- 01 Gennaio 2025 - Fine sviluppo della piattaforma
- 07 Gennaio 2025 - Lancio della piattaforma e marketing nelle scuole
- 01 Febbraio 2025 - 5.000 iscrizioni raggiunte e lancio funzione corsi
- Diventare una realtà efficiente sul territorio

### 7.2. Obiettivi a lungo termine

- Espandersi su territorio nazionale
- Ampliare il raggio d’azione a livello internazionale

### 7.3. Servizi aggiuntivi in fase di sviluppo

In fase di sviluppo verrà aggiunto il servizio di corsi di formazione nell'app, creando una sezione dedicata, chiamata "Corsi di Formazione", accessibile da studenti, scuole e aziende.

I corsi saranno organizzati in categorie come:

- Soft skills (comunicazione, leadership, problem-solving)
- Competenze tecniche (programmazione, marketing digitale, design)
- Settori specifici (logistica, turismo, tecnologia). Questi includeranno video-lezioni permanenti on-demand, materiali scaricabili (slide, PDF, schede di esercitazione)
- Eventuali webinar live con esperti
- Test interattivi per valutare le competenze acquisite e ricevere un certificato digitale da aggiungere al profilo dell'app.

Le aziende potranno proporre corsi specifici legati alle competenze richieste nel loro settore, così che gli studenti che li dovessero portare a termine avranno una priorità per opportunità di stage o lavoro.

L'app suggerirà corsi consigliati in base a interessi e obiettivi di carriera del profilo utente e permetterà di monitorare i progressi tramite una dashboard personale. L'integrazione di una piattaforma di e-learning come un LMS (Learning Management System) permetterà di gestire i corsi, assicurandone la compatibilità multi-device per accesso su smartphone, tablet e desktop.

Il modello di business prevederà corsi gratuiti di base e corsi avanzati o certificati premium a pagamento, con possibilità di sponsorizzazione aziendale per finanziare corsi specifici. Questa funzione porterà numerosi benefici, come il miglioramento delle competenze e l'arricchimento del CV per gli studenti, l'accesso a giovani formati per le aziende e un valore aggiunto per le scuole, che favorirebbero l'integrazione tra formazione e lavoro.

#### 7.4. Servizi accessori post-vendita

A seguito del lancio territoriale della piattaforma verranno attivati dei servizi accessori post-vendita come:

- Servizio di assistenza clienti inizialmente tramite mail e successivamente, se necessario in base al numero di richieste, anche un servizio di assistenza telefonico;
- Approvazione di tag-competenza e tag-certificazione esterni a quelli già presenti per evitare ambiguità nella descrizione delle competenze degli studenti ed ex studenti.

#### 7.5. Miglioramento della UX e web design

Al fine di rendere la piattaforma il più user friendly possibile verranno usate alcune strategie per l'ottimizzazione della grafica e della UX in base ai feedback forniti dagli utenti e in base a dati raccolti durante l'uso della piattaforma da parte dei clienti.

Le strategie che saranno messe in atto sono:

- A/B testing del sito, per verificare quale sia il miglior modo di aggiornare il sito tra due o più proposte efficienti;
- Heatmap, per monitorare il movimento del cursore per ridurre al minimo i movimenti del cursore per accedere alle funzionalità più popolari.

## 8. Rischi

### 8.1. Rischi economici

I rischi che rischia di affrontare “CareerLink” sono derivanti dall’essere una startup emergente in un mercato altamente competitivo, perciò, durante i primi anni d’impresa, è probabile dover registrare perdite nelle casse della compagnia. Questa condizione dovrebbe essere soltanto temporanea e dovrebbe risolversi una volta raggiunti 30mila utenti.

## 9. Sitografia

- 9.1. <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a550404/cos-e-linkedin-e-come-posso-usarlo-?lang=it>
- 9.2. <https://www.anpal.gov.it/centri-per-l-impiego>
- 9.3. <https://www.iubenda.com/it/help/12765-10-motivi-per-costituire-una-srl>
- 9.4. <https://calculator.aws/>
- 9.5. <https://calculator.aws/>
- 9.6. <https://www.iubenda.com/it/prezzi>
- 9.7. <https://www.confartigianatoimprese.net/bando-creazione-di-impresa-2024-2025/>