



**Business Plan**

**Adventure X 2019**

**Alto Adige**

Rosa-Maria Kufner

Filippo Del Grosso

Cristian Roner

Michael Pfeiffer

6 Maggio 2019

Versione italiana

**Indice**

[**Executive Summary** 3](#_heading=h.1fob9te)

[**Business plan** 4](#_heading=h.2et92p0)

[Pitch 4](#_heading=h.tyjcwt)

[Il problema 4](#_heading=h.3dy6vkm)

[La soluzione 4](#_heading=h.1t3h5sf)

[Il modello di business 5](#_heading=h.4d34og8)

[a)](#_heading=h.2s8eyo1) Struttura 5

[b)](#_heading=h.17dp8vu) Account e transazioni 6

[c)](#_heading=h.26in1rg) Flussi di ricavi 7

[**Il mercato** 8](#_heading=h.35nkun2)

[Potenziale di mercato per segmento 9](#_heading=h.1ksv4uv)

[La concorrenza 12](#_heading=h.2jxsxqh)

[I vantaggi rispetto ai concorrenti 13](#_heading=h.z337ya)

[Il marketing e la strategia di vendita 13](#_heading=h.3j2qqm3)

[**Le proiezioni finanziarie** 14](#_heading=h.1y810tw)

[a)](#_heading=h.4i7ojhp) Le nostre ipotesi 14

[b)](#_heading=h.2xcytpi) Le proiezioni dei ricavi 15

[c)](#_heading=h.3whwml4) Le spese in conto capitale 16

[d)](#_heading=h.qsh70q) Le proiezioni dei costi 17

[e)](#_heading=h.1pxezwc) Flussi di cassa e capitale proprio 17

[**Appendice** 19](#_heading=h.2p2csry)

[Gestione dei rischi 19](#_heading=h.147n2zr)

# **Executive Summary**

“*Quando ti trovi d’accordo con la maggioranza, è il momento di fermarti e riflettere*.”

*Mark Twain*

Seniando si prefigge lo scopo di rivoluzionare il mondo del Design. Facendo leva sul talento di giovani promettenti designers, nonche’ sulla capacita’ in eccesso di rinomati Produttori, Seniando vuole creare le condizioni per intrecciare i fili di una nuova comunita’ che unisca Designer, Produttori e Clienti finali.

Come realizzeremo questo ambizioso progetto? Tramite la nostra tecnologia e l’utilizzo di una piattaforma altamente innovativa, i Designer associati al nostro network potranno proporre le proprie bozze, progetti, idee ad un contesto ampio di attori industriali, riceverne il feedback e implementarne i commenti, nel contesto di una relazione B2B mediata dalla nostra piattaforma. A loro volta, i Produttori avranno accesso ad un numero straordinario di idee fresche e di nuove opportunita’, da ricreare fisicamente tramite le proprie tecnologie e know-how (stampa 3D, laboratori artigianali, tecniche di manifattura tradizionali). Per entrambe le categorie, metteremo a disposizione la nostra tecnologia per interfacciarsi direttamente con un folto pubblico di Clienti, desiderosi di acquistare prodotti di design di segmento premium, con forti caratteri di unicita`.

Chi sono i nostri Clienti? Sono persone dinamiche ed innovative, come l’identikit di Nova che riportiamo in seguito in questo documento, con una capacita’ di spesa superiore alla media, alto livello di istruzione e gusti sofisticati, orientati al bello, al pratico e desiderosi di sperimentare. La nostra analisi ci porta a credere che siano una parte importante ed aggredibile di mercato. Per loro, Seniando ha in serbo la possibilita’ di aderire con diversi profili di utente (da Basic a Premium) e di acquistare oggetti unici, tramite un meccanismo di offerta o asta sul prezzo finale, e persino di partecipare attivamente ad importanti elementi del processo creativo, quali la scelta di elementi come i colori ed i materiali.

Chi sono i nostri competitori su questo mercato? (MENZIONARE LA COMPETIZIONE – servirebbero i commenti ai due grafici cartesiani coi loghi)

Seniando vuole anche farsi interprete di un modo sociale di fare business; radicata nella splendida cornice dell’Alto Adige, facciamo nostri valori locali come l’impegno, la sostenibilita’ e la trasparenza verso i clienti, e ci proponiamo di contribuire attivamente all’economia locale coinvolgendo tutta una pluralita’ di attori, quali laboratori artigiani o alberghi tradizionali, potenzialmente interessati a prodotti esclusivi di design. In tal senso, abbiamo gia’ avuto i primi riscontri da importanti realta’ locali, quali il gruppo Plank (da capire se menzionarlo o meno), che hanno palesato interesse verso la nostra iniziativa.

Seniando si dotera’ di una struttura molto snella, sia in termini di costi che di complessita’ operativa, andando a minimizzare i rischi che tradizionalmente impattano sui siti di e-commerce. Nella nostra Appendice, abbiamo riportato l’analisi circa la Gestione dei Rischi che ci prefiggiamo di realizzare. Parimenti, essere snelli per noi significa destinare le nostre risorse allo sviluppo della nostra piattaforma (e, a partire dal 2021, della app per cellulare) e affidarci completamente alla professionalita’ e al variegato ventaglio di competenze che i nostri fondatori metteranno sul campo: abbiamo Rosa, designer per formazione e vocazione, ad occuparsi di Marketing e Business Development. Filippo e Cristian sono due economisti, con esperienza rispettivamente in finanza e analisi dei dati, e presidieranno le aree di Finanza, Strategia ed Operations. Infine Michael, il nostro esperto IT, portera’ a Seniando le competenze tecnologiche necessarie per affrontare con successo le sfide del mercato digitale.

Crediamo nel futuro della nostra idea, e le nostre proiezioni numeriche sembrano confortarci: il nostro budget triennale, improntato a criteri di prudenza finanziaria, prevede di raggiungere l’utile gia’ dal terzo anno, a fronte delle importanti spese sostenute, grazie ad una crescita costante del nostro fatturato e dei flussi di cassa operativi. Il nostro modello di business prevede uno schema strutturato su commissioni caricate sulle transazioni / vendite attivate tramite la nostra piattaforma, senza la gestione degli aspetti legati alla spedizione o ad attivita’ di magazzino, in linea con i principi snelli che sposiamo appieno.

Amore per la conoscenza, impegno, tradizione, trasparenza e sostenibilita’. Questi sono i valori di Seniando, che danno forma e impulso alla nostra idea e il nostro modello. Su questo solco, costruite insieme a noi, passo dopo passo, la rivoluzione del mondo del design!

Il Team Seniando

SCHEMA di Executive Summary da Guidelines

Qual è la tua idea di business? In che misura soddisfa il tratto distintivo? • Qual è la situazione dei brevetti? • Chi è il vostro target? • Quali sono i volumi di mercato e i tassi di crescita previsti? • Qual è la situazione competitiva? • Quali clienti pilota avete o potete guadagnare? • Quali canali di distribuzione volete utilizzare? • Quali partnership volete avere? • Quale capacità di produzione sono richieste? • Come distribuite i compiti di gestione? • Quali sono le vostre opportunità e i vostri rischi? • Quali sono i vostri obiettivi a lungo termine? • Quali ulteriori fasi di sviluppo sono necessarie? • Quali sono i milestones più importanti per raggiungere il vostro obiettivo? • Indicate i vostri prossimi passi concreti! • Quanti investimenti devono essere effettuati (stima)? • Quanto stimate il vostro fabbisogno finanziario? • Qual è la situazione delle vendite, dei costi e dei profitti?