



MODELLO “Business Artist”



Oggi l’offerta musicale sul mercato è talmente ampia che è richiesto agli artisti di essere imprenditori di sé stessi, non basta essere dei bravi artisti, ma è necessario conoscere e mettere in pratica le dinamiche che caratterizzano ogni attività di business, partendo dalla definizione di un Business Plan.

Che cos’è un Business Plan?

Un Business Plan è un piano in cui stabilisci e scrivi gli obiettivi del tuo progetto musicale, indicando la strategia e quali risorse hai bisogno per raggiungerli.

Perché scrivere un Business Plan?

Scrivere un Business Plan aiuta a focalizzare i tuoi obiettivi, ti aiuterà a delineare un piano realistico con obiettivi SMART (specifici, misurabili, attendibili, realistici e che avvengano in un arco di tempo...) e passare all’azione. La compilazione di un business plan ti sarà utile per avere le idee più chiare e fare il punto della situazione del tuo progetto musicale.

Pianificare i passi da fare ti farà capire meglio la direzione ed è solo un punto di partenza.



ELEMENTI CHE COMPONGONO UN BUSINESS PLAN

1. Frontespizio
2. Sintesi
3. Panoramica del progetto musicale
4. Offerte di prodotti e servizi
5. Analisi competitiva e di mercato
6. Piano di comunicazione e marketing
7. Piano di gestione (se hai delle risorse)
8. Piano Operativo
9. Piano economico
10. Appendice

1. FRONTESPIZIO

- Nome dell'azienda e informazioni di contatto
- Indirizzo del sito web
- Logo

2. SINTESI

È il riassunto del tuo progetto di business. Dovrai fare una sintesi del tuo progetto introducendo l'artista, dando una panoramica degli obiettivi ed uno schema del piano promozionale e marketing. Puoi anche utilizzare un grafico su word dove inserire i punti chiave.

3. PANORAMICA DEL PROGETTO MUSICALE

- Background e scopo
- Missione e visione
- Team di gestione
- Descrivi brevemente i tuoi clienti target



Background e scopo

Fornire una breve biografia e profilo artistico, oltre ad una descrizione del progetto e delle motivazioni di business alla base, che mirino a suscitare l'interesse di eventuali sponsor e finanziatori. Specifica il genere musicale e la tipologia di repertorio (cover band piuttosto che repertorio originale). Per evitare una sezione troppo lunga è consigliabile delineare un breve profilo e rimandare ai dettagli in un'apposita Appendice a conclusione del documento. Non dimenticate di riportare punti di forza, meriti, successi realizzati, posizionamento in concorsi cui si è partecipato, particolari titoli e premi ricevuti.

Mission

La Mission è il tuo scopo ultimo, è importante chiarire cosa offri al pubblico e cosa ti spinge a fare questo progetto. Scrivi una breve frase dove si sintetizza l'essenza del tuo progetto e cosa ti proponi di realizzare "la Motivazione".

La Vision è la visione a lungo termine del tuo progetto, in breve "dove vuoi arrivare".

Team di gestione

Nel caso lavori già con un team di persone che si occupa di attività aggiuntive, come ad esempio il booking dei concerti o attività di public relation, indicarne in questa sezione i profili e le attività svolte.

Clienti target

Conoscere i propri clienti è un punto di grande vantaggio per qualunque tipologia di business, compreso quello musicale.

Chi sono in termini di genere, età, provenienza, condizione sociale

4. OFFERTA DI PRODOTTI E SERVIZI

- Descrivi il tuo prodotto o servizio e il problema che sta resolvendo
- Elenca le alternative attuali
- Descrivi il vantaggio competitivo (o la proposta di valore unica) del tuo prodotto rispetto alle alternative



5. ANALISI COMPETITIVA E DI MERCATO

- Studia e comprendi il mercato a cui ti rivolgi
- Descrivi le caratteristiche di mercato e del tuo target
- Definisci la tua proposta di valore unica, come ti differenzierai dai concorrenti

Sotto ti riporto l'analisi **SWOT** con degli esempi che ti potranno essere utili per la tua analisi:

S	W	O	T
PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA	OPPORTUNITÀ	MINACCE
<ul style="list-style-type: none">• cose che sappiamo fare bene• caratteristiche che ci distinguono dai competitor• know how e capacità dello staff• asset intangibili come proprietà intellettuale e tecnologie	<ul style="list-style-type: none">• cose che ci mancano• risorse limitate• attività che i competitor fanno meglio• mancanza di una unique selling proposition chiara	<ul style="list-style-type: none">• segmenti di mercato non serviti• nuovi bisogni dei clienti• scarsa competizione in una certa area geografica• esposizione mediatica positiva	<ul style="list-style-type: none">• nuovi competitor emergenti• cambiamenti legislativi e politici• esposizione mediatica negativa• calamità naturali

6. PIANO DI COMUNICAZIONE E MARKETING

- Elenca i vari metodi (canali di marketing) che utilizzerai per far arrivare il tuo messaggio ai potenziali clienti
- Dettaglia i materiali di mercato che utilizzerai per promuovere il tuo prodotto, incluso un budget approssimativo
- Descrivi quali metodi di distribuzione utilizzerai per consegnare le tue offerte ai clienti



7. PIANO DI GESTIONE

- Delinea un piano temporale del tuo progetto in base alle risorse che hai a disposizione (chi fa che cosa?)
- Dettaglia i ruoli del team di gestione di cui hai bisogno in base all'esperienza ed alle competenze
- Dettaglia tutti i piani di ricerca che metterai in atto per trovare i collaboratori di cui hai bisogno

8. PIANO OPERATIVO

- Descrivi le sedi fisiche della tua attività
- Descrivi il flusso di lavoro che puoi realmente gestire
- Descrivi i materiali di cui hai bisogno per produrre il tuo prodotto o servizio e spiega come prevedi di procurarteli

9. PIANO ECONOMICO

- Crea un piano economico per far crescere il tuo progetto
- Crea un bilancio economico (compreso di tutte le spese e ricavi)
- Definisci un piano economico per investimenti e formazione
- Definisci un piano di rientro economico in caso presentassi il tuo business plan a finanziatori

N.B. Non vedere l'uscita di denaro come un costo, è la benzina del tuo progetto che ti porterà ad acquisire le competenze e la formazione necessarie a posizionarti più rapidamente nel mercato. Se non sai fare qualcosa, rivolgerti ai professionisti è la soluzione per accedere ad informazioni che potrai rivenderti in un secondo momento.



10. APPENDICE

Allegare la documentazione di supporto, che può includere:

- Ricerche di mercato e analisi della concorrenza
- Informazioni sul tuo settore
- Informazioni sulle tue offerte
- Esempi di materiali di marketing
- Referenze professionali

Consigli finali

Il business plan è utile anzitutto per te stesso e capire la situazione di partenza e la visione di arrivo. Inoltre, ti può essere utile da sottoporre ad eventuali finanziatori presentandoti in maniera professionale. Ricorda di scrivere sempre in terza persona e sii attento alla forma scritta mantenendo sempre un linguaggio professionale e revisiona più volte il documento. Potrebbe esserti utile far leggere il piano a persone che conosci per avere un feedback prima di presentarlo a terzi.

Ricorda, infine, che non è obbligatorio includere tutte le sezioni sopra citate, ma puoi personalizzarle sulla base del tuo livello e prospettiva di carriera.

Spero di essere stato utile e ti faccio un grande in bocca al lupo!

Buon lavoro!

Alessandro



SCHEMA BUSINESS PLAN

PANORAMICA DEL BUSINESS (MISSION E VISION DEL TUO PROGETTO)

OFFERTA DI PRODOTTI / SERVIZI

PROBLEMA & SOLUZIONE

ANALISI DEL MERCATO (COMPETITOR DIRETTI E INDIRETTI)



PROPOSTA DI VALORE UNICA

REQUISITI DI FINANZIAMENTO (SE VUOI TROVARE INVESTITORI, PERCHE' DOVREBBERO FINANZIARTI?)

TARGET DI RIFERIMENTO (CHI E' LA TUA CLIENTELA)

CANALI PER RAGGIUNGERE IL TUO TARGET (COMUNICAZIONE/MARKETING)



ANALISI DEI COSTI

PIANO ECONOMICO