

# SCHEDA IDEA PROGETTUALE IN FORMA COOPERATIVA

## FASE 1

### L'IDEA IMPRENDITORIALE

La progettazione di un'impresa è un progetto complesso che si apre con una valutazione della propria idea.

Un'idea imprenditoriale è quella che consente di soddisfare un bisogno avvertito da un numero sufficiente di soggetti, attraverso l'offerta di prodotti/servizi.

Una buona idea dunque, nasce spesso da un esame attento dell'ambiente circostante, dalla capacità di identificare, o meglio ancora di anticipare, i bisogni espressi da determinate categorie di soggetti, offrendo soluzioni in grado di rispondere ad essi.

### L'ORIGINE DELL'IDEA

Descrivere come è nata l'idea di avviare una cooperativa **spiegandone la motivazione di scelta di questa formula imprenditoriale**. Questa informazione consente di fortificare e dare maggiore consistenza alla descrizione riportata nel paragrafo precedente, può comunicare consapevolezza in merito all'avventura imprenditoriale che si intende intraprendere.

## **IL GRUPPO PROPONENTE**

Presentazione del gruppo proponente analizzando il profilo personale e valutando la coerenza delle competenze, attitudini ed esperienze possedute di ognuno con l'avvio dell'iniziativa.

## **FASE 2**

### **ELEMENTO INNOVATIVO DELL'IDEA**

Descrizione degli aspetti dell'idea imprenditoriale che possono determinare il successo dell'iniziativa.

Livello di innovatività del prodotto/servizio o delle modalità di erogazione/vendita....

### **A QUALI BISOGNI RISPONDE L'IDEA E QUALI SONO I DESTINATARI?**

Com'è strutturato il mercato? Chi sono i potenziali clienti? Quali sono le loro reali esigenze? Quale beneficio ne possono ricavare?

## **I CONCORRENTI**

L'analisi della concorrenza parte da un'analisi dei punti di forza e di debolezza dei prodotti/servizi dei concorrenti. Occorre dunque comparare i prodotti/servizi della concorrenza sulla base del prezzo, dei risultati, del servizio offerto, delle garanzie e di tutte le altre caratteristiche ritenute importanti.

## **PIANO DI MARKETING**

La comunicazione è lo strumento con il quale l'azienda definisce le linee guida da seguire per far conoscere se stessa, i propri prodotti/servizi, le proprie caratteristiche agli utenti/clienti potenziali.

Il piano di comunicazione stabilisce le modalità concrete con cui gli obiettivi di comunicazione verranno perseguiti facendo attenzione che tutte le attività previste abbiano caratteristiche di: tempestività, credibilità, efficacia.

## BUSINESS PLAN

### Criteri di valutazione:

1. Innovatività dell'Idea di impresa
2. Stato avanzamento dell'idea
3. Efficacia degli obiettivi/prodotti del progetto in termini di impatto socio-economico e ambientale
4. Sostenibilità economica