

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