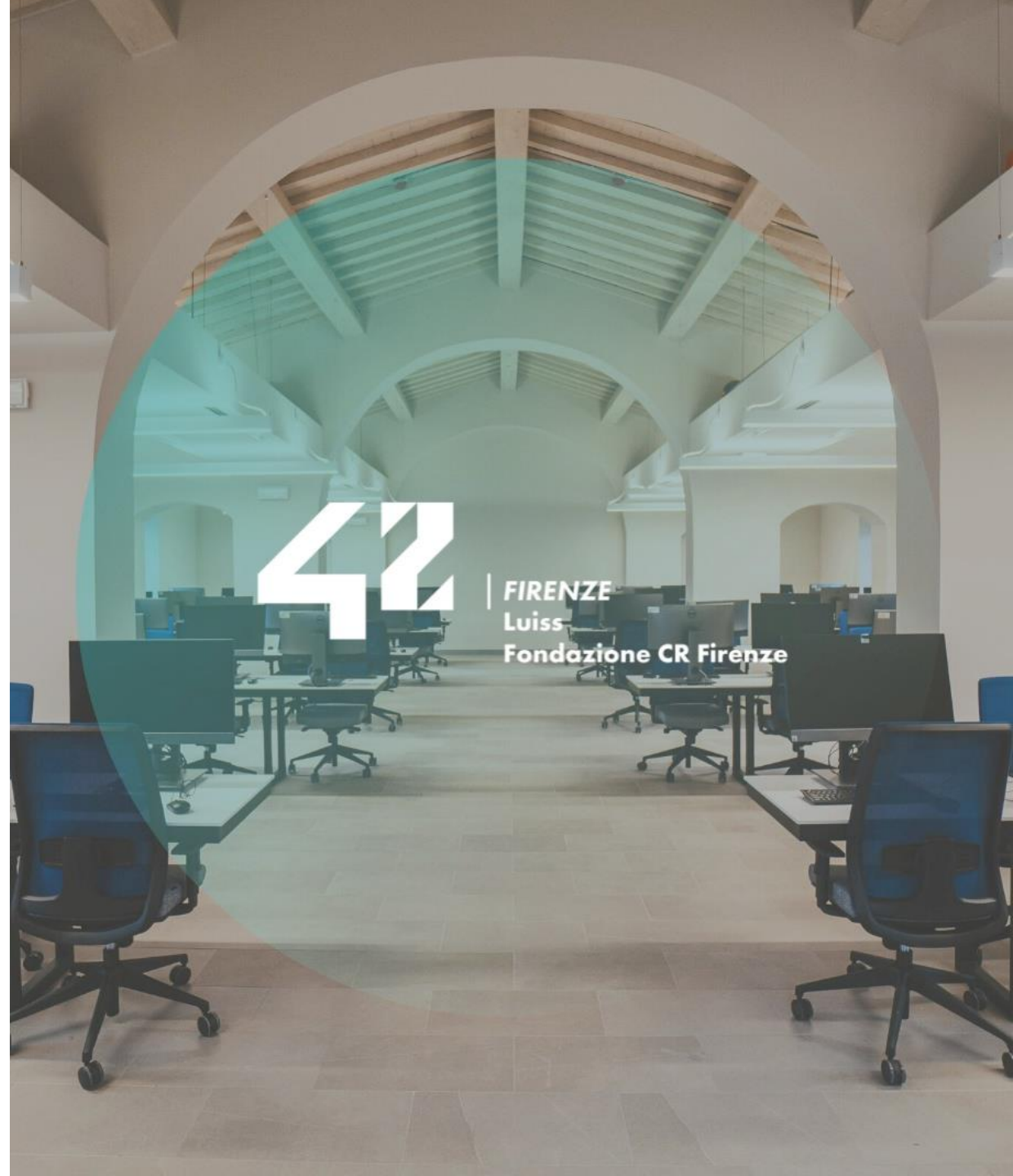


Entrepreneurship Pills

Dall'MVP al modello di Business, fattori
chiave per avviare un'attività di
impresa.

42

FIRENZE
Luiss
Fondazione CR Firenze



Summary

➤ **Ecosistema dell'Innovazione & Startup**

- *MVP (Minimum Product Viable)*
- *Tipologie di MVP*
- *MVP – Fattori di Successo*
- *Unique Value Proposition*
- *Business Model & Revenue Model*
- *Team & Skills*
- *Market Target & Segmentation*
- *Timing & Budget*
- *Business Plan*

|| Cosa è una Startup?

*Una Startup è un'impresa innovativa in grado di crescere velocemente nel settore di riferimento attraverso un **Business Model** scalabile ed un **MVP** che riesca:*

1. a soddisfare una data esigenza del mercato;
2. a trasformarsi in un prodotto Mass Market.

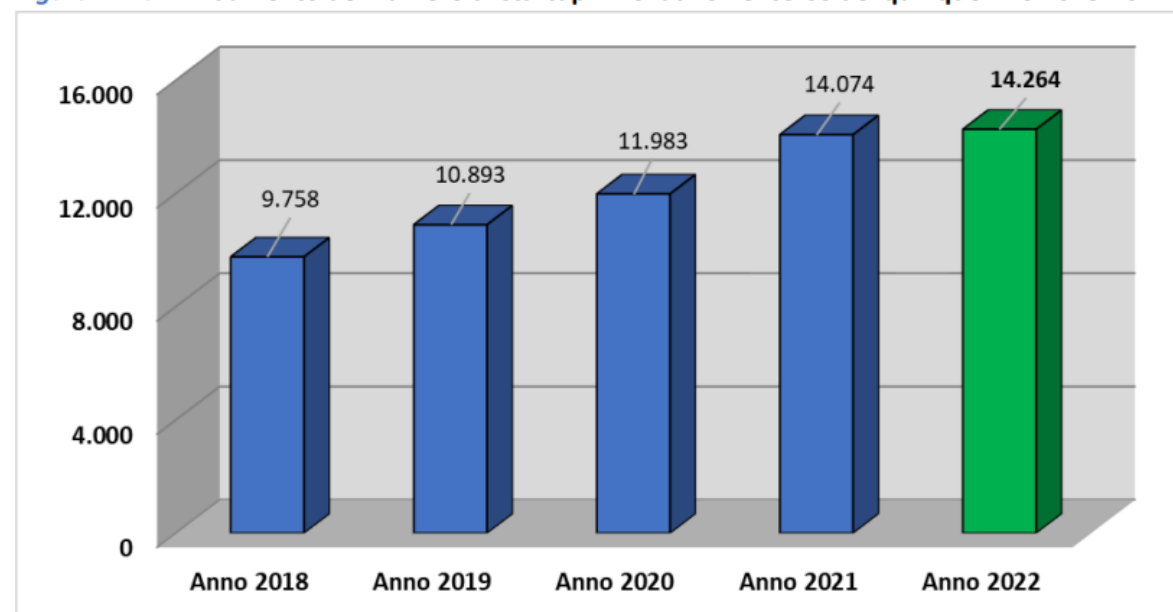
Ecosistema dell'Innovazione e Startup

Ecosistema dell'Innovazione in Italia

In Italia si contano **14.264** Startup innovative, collocate per la maggior parte (35%) nell'Italia nord-occidentale, in **Toscana** è concentrato circa il **4,5%** delle Startup italiane.

Nel 2022 il livello occupazionale all'interno delle Startup è cresciuto sostanzialmente (+10,8%) raggiungendo le **23.800 unità** per un valore della produzione pari a circa **2,06 miliardi di euro** in totale.

Figura 1.1.a: Andamento del numero di startup innovative nel corso del quinquennio 2018-2022



Fonte: elaborazioni su dati Infocamere

Ecosistema dell'Innovazione e Startup

Il **51,1%** delle Startup attive opera in servizi di **informazione e comunicazione** (ATECO-J), circa 7.283 imprese.

Tra queste circa **5.695** Startup si occupano di **produzione di software**, consulenza informatica ed attività annesse.

Tabella 1.1.b: Startup innovative distinte per settori di attività economica Ateco 2007

Sezioni Ateco	Anno 2021		Anno 2022	
	n°	peso %	n°	peso %
A - Agricoltura, silvicoltura e pesca	105	0,7%	108	0,8%
B - Estrazione di minerali da cave e miniere	1	0,0%	0	0,0%
C - Attività manifatturiere	2.099	14,9%	2.008	14,1%
D - Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	115	0,8%	106	0,7%
E - Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento	31	0,2%	33	0,2%
F - Costruzioni	134	1,0%	139	1,0%
G - Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli	421	3,0%	422	3,0%
H - Trasporto e magazzinaggio	28	0,2%	33	0,2%
I - Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	66	0,5%	60	0,4%
J - Servizi di informazione e comunicazione	7.032	50,0%	7.283	51,1%
K - Attività finanziarie e assicurative	36	0,3%	37	0,3%
L - Attività immobiliari	27	0,2%	31	0,2%
M - Attività professionali, scientifiche e tecniche	3.257	23,1%	3.290	23,1%
N - Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	341	2,4%	337	2,4%
P - Istruzione	148	1,1%	144	1,0%
Q - Sanità e assistenza sociale	76	0,5%	69	0,5%
R - Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	52	0,4%	56	0,4%
S - Altre attività di servizi	50	0,4%	48	0,3%
Non specificato	55	0,4%	60	0,4%
Totale Italia	14.074	100,0%	14.264	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati Infocamere

Ecosistema dell'Innovazione e Startup

Cosa sono gli Incubatori e Acceleratori di Startup?

Incubatori e Acceleratori sono società di capitali, a volte costituiti anche in forma cooperativa, residenti in Italia, che offrono servizi per sostenere la nascita e lo sviluppo di startup innovative.

In Italia gli incubatori e acceleratori certificati ad oggi sono **237**.

Cosa è un Programma di accelerazione?

Un **Programma di accelerazione** è un percorso rivolto a Startup innovative con l'intento di accelerare lo sviluppo di una Business Idea, avvalendosi di mentor ed advisor esperti e qualificati. Le tematiche affrontate sono:

1. *Validazione dell'Idea di Business;*
2. *Pianificazione economico-finanziaria e Business Plan;*
3. *Sviluppo d'impresa e Go To Market.*

Hubble (Acceleration Program)

Hubble è un programma di supporto finalizzato alla creazione di nuova impresa e/o accelerazione di imprese già esistenti ed ha come obiettivo lo scouting, tutoring, mentoring e starting up/business acceleration delle migliori idee imprenditoriali attive sul territorio Toscano, Italiano ed Europeo, con particolare attenzione a progetti dal forte impatto sul mercato digitale.

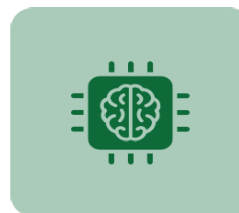




ITALIAN LIFESTYLE
Acceleration program in Florence

ILS (Italian Life Style)

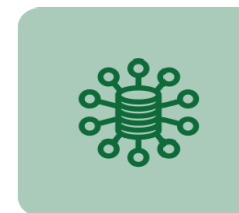
Italian Lifestyle è il programma di accelerazione dedicato alla ricerca di startup e PMI innovative che offrono soluzioni digitali nei settori del turismo, del fashion, del food. Il programma di accelerazione promuove le eccellenze e rafforza l'ecosistema dell'innovazione sul territorio fiorentino. Il programma si svolge a Nana Bianca presso l'Innovation Center di Fondazione CR Firenze.



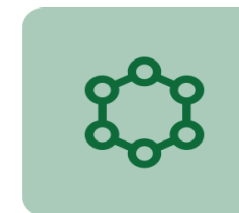
ARTIFICIAL INTELLIGENCE



AR & VR



BIG DATA ANALYTICS



BLOCK CHAIN



IOT & 5G



CLOUD COMPUTING



CYBER SECURITY



MOBILE APP

Summary

➤ *Ecosistema dell'Innovazione & Startup*

➤ **MVP (Minimum Product Viable)**

➤ *Tipologie di MVP*

➤ *MVP – Fattori di Successo*

➤ *Unique Value Proposition*

➤ *Business Model & Revenue Model*

➤ *Team & Skills*

➤ *Market Target & Segmentation*

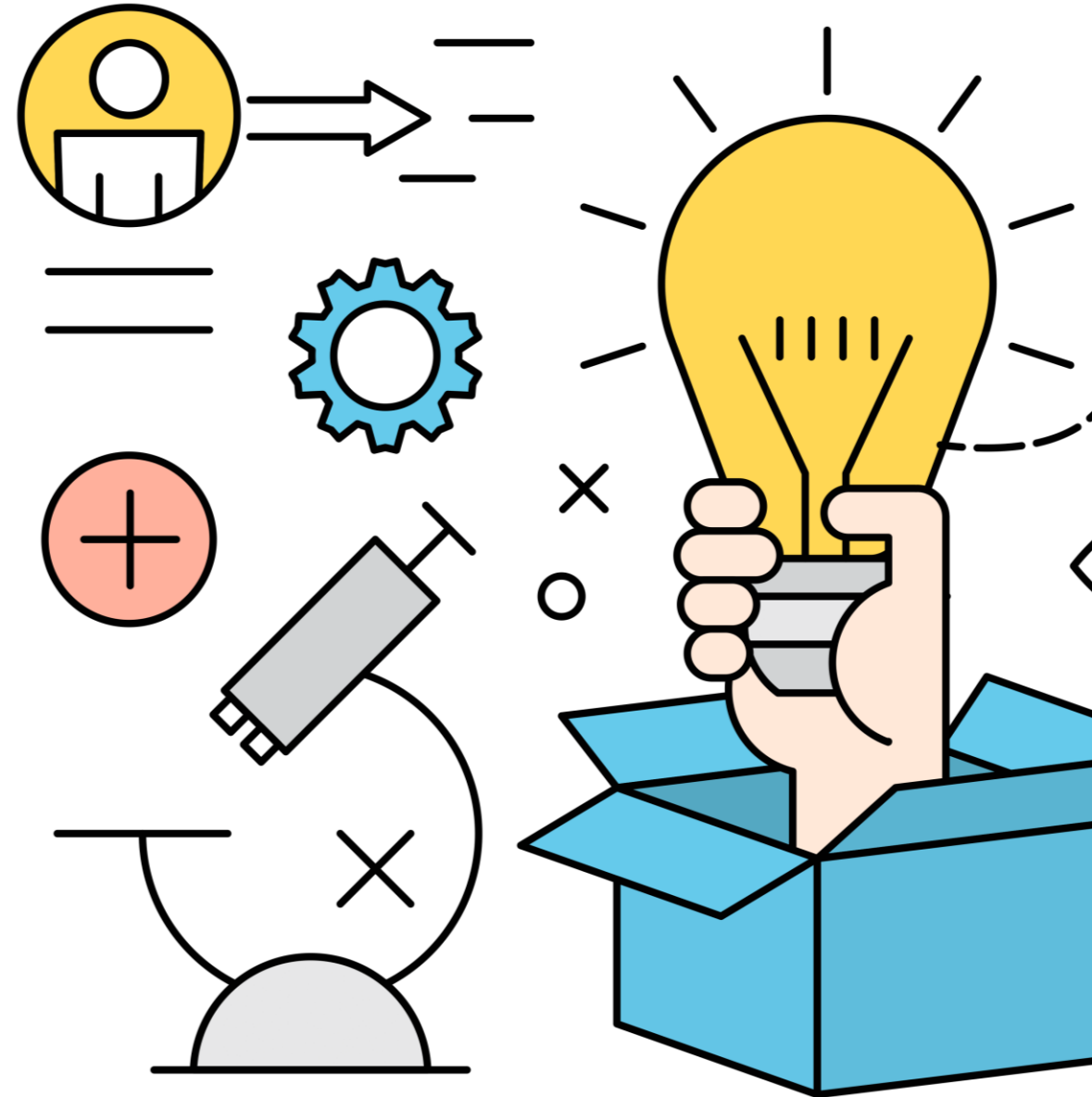
➤ *Timing & Budget*

➤ *Business Plan*

Cosa è un MVP?

Il termine **MVP (Minimum Viable Product)** è stato coniato per la prima volta da Frank Robinson nel 2001 ed è una versione di un nuovo prodotto che ha solo le **caratteristiche minime** per essere considerato fattibile: ha abbastanza caratteristiche per soddisfare i primi clienti (**Early Adopters**) e permette al team di prodotto di raccogliere i **feedback** necessari per migliorare le sue caratteristiche.

Per una Startup è fondamentale testare il mercato attraverso un MVP in modo tale da convalidare l'idea di business ed assicurarsi che vada a **soddisfare effettivamente un bisogno espresso** dal mercato.



MVP

5 Motivi per cui è importante un MVP in fase di Startup:

- Può aiutare a capire se il **bisogno di mercato** che si vuole soddisfare sia un problema reale che deve essere risolto;
- Può essere utile a capire se il **target di mercato** selezionato sia disposto a pagare per risolvere il problema individuato;
- È un modo per testare l'**Idea di Business** con un investimento minimo (magari attraverso un Pilot Test);
- È un modo per ottenere un **feedback** dai potenziali clienti (fondamentale per creare un prodotto concorrenziale e scalabile sul mercato);
- È un modo per collocare sul mercato un primo prodotto che può generare **Revenues** da reinvestire nel Core Business dell'azienda.



Creazione di un MVP



1. Definire il Target di clientela

Creazione del profilo cliente, individuazione delle esigenze, potere di acquisto.

2. Problema da risolvere

Definizione del bisogno da soddisfare nel mercato di riferimento.

3. Proposta

Perché i clienti dovrebbero scegliere il prodotto/servizio in sviluppo?

4. Definizione del Prodotto

Scelta delle caratteristiche del prodotto/servizio atte a risolvere il problema.

5. Creazione MVP

Definizione del primo prototipo concreto di prodotto/servizio.

6. Test di mercato e feedback

Lancio sul mercato con Pilot Test e raccolta dei feedback da parte del segmento utilizzatore.

Dove si posiziona l'MVP nello sviluppo Prodotto?

Proof of Concept (POC)

Ha come scopo quello di convalidare che il concept di un prodotto sia effettivamente praticabile sul mercato: l'output di un PoC è fondamentalmente un "sì" o un "no". Si realizza una bozza progettuale per testare l'idea o l'ipotesi di progetto, **al fine di dimostrarne la fattibilità.**

Minimum Viable Product (MVP)

Una volta pronto il PT si crea sì una versione più semplice del prodotto che sia attraente, utile, utilizzabile e funzionale in modo che possa attirare i primi utenti, testarne il mercato e misurare i risultati ottenuti.

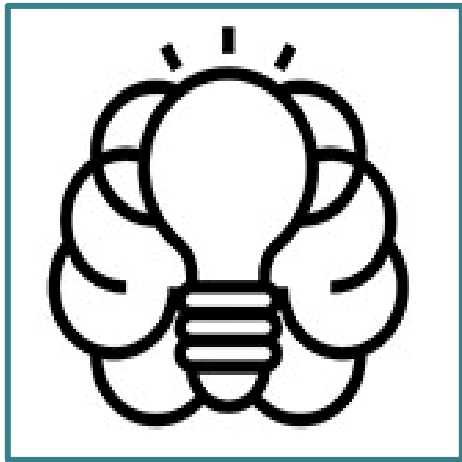
Prototype (PT)

Quando il concept del prodotto si rivela fattibile, si procede con la progettazione del prototipo. Grazie infatti alla creazione di una versione semplificata del prodotto, si può testarne l'uso sugli utenti a cui si rivolge.

Market Product (P)

Rappresenta l'MVP perfezionato e destinato alla commercializzazione su larga scala.

Dove si posiziona l'MVP nello sviluppo Prodotto?



Proof of Concept



Prototype



MVP



Market Product

Summary

➤ *Ecosistema dell'Innovazione & Startup*

➤ *MVP (Minimum Product Viable)*

➤ **Tipologie di MVP**

➤ *MVP – Fattori di Successo*

➤ *Unique Value Proposition*

➤ *Business Model & Revenue Model*

➤ *Team & Skills*

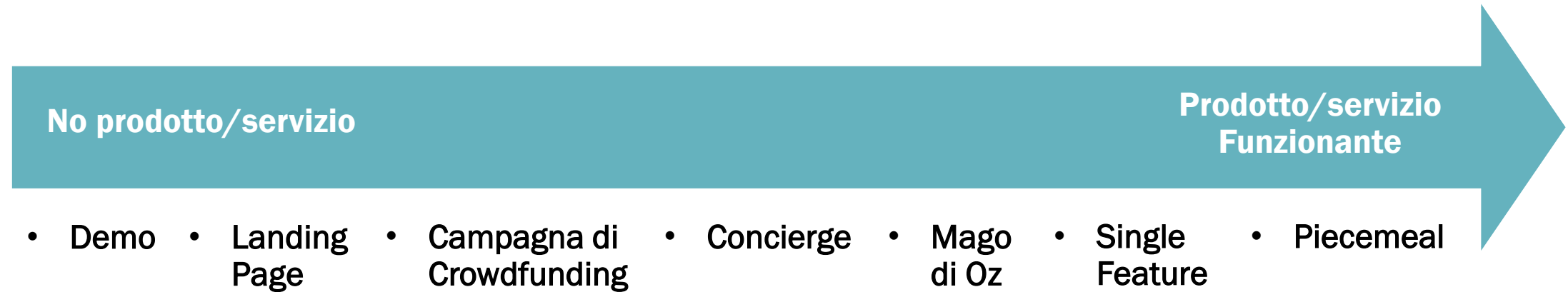
➤ *Market Target & Segmentation*

➤ *Timing & Budget*

➤ *Business Plan*

MVP: Tipologie

Un MVP può essere declinato in 7 principali forme, a seconda della presenza o assenza di un prodotto funzionante:



MVP Demo Video

Un **MVP Demo** è un video che tratta del prodotto/servizio che si intende realizzare.

In questo caso non viene realizzato un Concept ma un Video che spiega le funzionalità dell'ipotetico prodotto/servizio.

ESEMPIO: Dropbox l'8 marzo 2008 fu rilasciato per la prima volta in Demo Video della durata di 2 minuti nel quale si elencavano tutte le funzionalità del prodotto non ancora realizzato.

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=w4eTR7tci6A>



Landing Page

Una **Landing Page** è una pagina di atterraggio dove gli utenti possono atterrare da una piattaforma web più evoluta. Viene solitamente impiegata nei Pilot Test per validare un'idea o una nuova proposta relativa ad un nuovo prodotto/servizio.

ESEMPIO: Buffer.com è un'azienda che offre un servizio per sequenziare correttamente i contenuti creati nei social in modo da creare un pubblico in maniera organica. Il co-founder nel 2010 per validare la propria idea creò una landing dove gli utenti interessati potevano lasciare la propria mail per essere ricontattati.

Oggi l'azienda fattura 20mln di dollari.

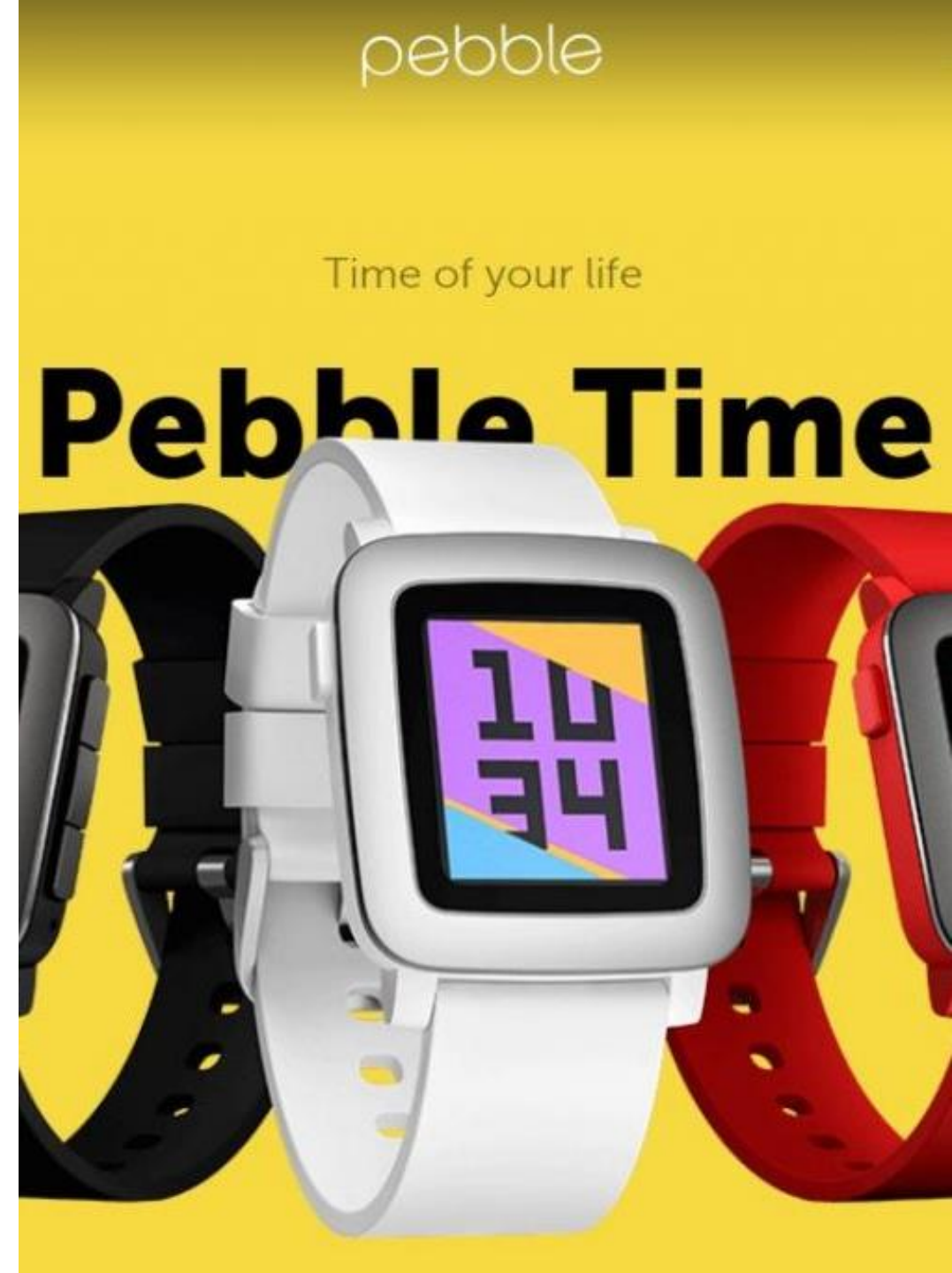


Campagna Crowdfunding

Il **Crowdfunding** è uno strumento impiegato per vendere un prodotto/servizio prima della sua creazione, raccogliendo i capitali necessari per la produzione. Solitamente il prodotto/servizio viene venduto ad un prezzo inferiore di quello futuro. La piattaforma più conosciuta è Kickstarter.

ESEMPIO: la società Californiana Pebble detiene il record di raccolta su Kickstarter dopo aver rilasciato nel 2015 il Pebble Time, smartwatch che ha raccolto 20,3mln di dollari.

Link: <https://www.kickstarter.com/projects/getpebble/pebble-time-awesome-smartwatch-no-compromises>



Concierge

Con il termine **Concierge** si intende una simulazione. Nello specifico il prodotto/servizio che dovrebbe essere automatico/automatizzato viene testato in manuale al fine di valutare il feedback del consumatore e correggere tempestivamente eventuali problemi.

ESEMPIO: Food on the Table, applicazione che raccoglie le preferenze alimentari e suggerisce ricette e negozi con le migliori offerte. Il Pilot fu realizzato dai founder trovando alcuni Early Adopters e visitando personalmente le loro case settimanalmente per raccogliere le loro preferenze alimentari.



Mago di OZ

Il **Mago di Oz** è simile al Concierge, quindi si tratta di una simulazione in manuale, in questo caso però l'utente Early Adopter non sa che sta interagendo con un umano.

ESEMPIO: Zappos.com è un e-commerce di calzature, il founder Nick Swinmorn nel 1999, volendo verificare che le persone avrebbero acquistato scarpe on-line senza provarle, scattò foto nei negozi fisici a scarpe che non possedeva e le pubblicò sulla sua piattaforma.

Le persone iniziarono ad acquistare le calzature e l'idea fu validata. Oggi l'azienda fattura 1 miliardo di dollari.



Single Feature

L'MVP **Single Feature** consiste nel realizzare una sola parte del prodotto/servizio funzionale a capire se l'idea di business è fattibile oppure no. La singola parte deve essere perfettamente funzionante ed utilizzabile.

ESEMPIO: OpenTable è uno dei marketplace più noti per prenotazioni nei ristoranti. La Startup ha iniziato con il fornire ai ristoranti un gestionale interno per le prenotazioni provenienti da telefonate, integrando successivamente tutte le features che poi hanno portato alla creazione del marketplace acquistato da Booking nel 2014 per 2,6 miliardi di dollari.



Piecemeal

Un **Piecemeal** è un MVP costruito «pezzo per pezzo» ovvero attraverso l'utilizzo di tool o strumenti già presenti e validati sul mercato.

ESEMPIO: l'esempio più calzante è Groupon. la prima versione della piattaforma era stata sviluppata su Wordpress e finanziata da terze parti, per la stampa dei pdf relativi ai coupon venne impiegato FileMaker e per l'invio delle mail di conferma ordine Apple Mail.

Nessun tool ideato e sviluppato internamente fu impiegato all'inizio.



Summary

- *Ecosistema dell'Innovazione & Startup*
- *MVP (Minimum Product Viable)*
- *Tipologie di MVP*

➤ **MVP – Fattori di Successo**

- *Unique Value Proposition*
- *Business Model & Revenue Model*
- *Team & Skills*
- *Market Target & Segmentation*
- *Timing & Budget*
- *Business Plan*

MVP – Fattori di successo

01. Unic Value Proposition

02. Business Model & Revenue Model

03. Team & Skills

04. Market Target & Segmentation

05. Timing & Budget



Summary

- *Ecosistema dell'Innovazione & Startup*
- *MVP (Minimum Product Viable)*
- *Tipologie di MVP*
- *MVP – Fattori di Successo*

➤ **Unique Value Proposition**

- *Business Model & Revenue Model*
- *Team & Skills*
- *Market Target & Segmentation*
- *Timing & Budget*
- *Business Plan*

The background features several large, overlapping geometric shapes in teal, yellow, and green, creating a modern, abstract design. The shapes are primarily triangles and diamonds, some of which are partially cut off by the edges of the frame.

Unique Value Proposition

*La Unique Value Proposition o UVP è un concetto/messaggio chiaro ed univoco che definisce **chi** è l'azienda, **cosa** offre in termini di prodotto/servizio, i **benefici** della propria offerta e soprattutto perché l'utente finale dovrebbe **preferirla** a quella dei competitor.*

Unique Value Proposition



Elementi essenziali da valutare per una UVP ottimale:

- Identificare il **TARGET DI RIFERIMENTO**;
- Definire il **PROBLEMA**;
- Specificare il nome del **PRODOTTO/SERVIZIO**;
- Determinare la **CATEGORIA DI PRODOTTO/SERVIZIO**;
- Esplicare il **BENEFICIO**.

UVP di UBER: *«Mettiti alla guida e guadagna, guida tramite la piattaforma con la più grande rete di utenti attivi»*



Unique Value Proposition

Target e Prodotto

Beneficio e risoluzione del problema

The screenshot shows the Trello website homepage. At the top, the ATlassian Trello logo is on the left, and navigation links for 'Funzioni', 'Soluzioni', 'Piani', 'Prezzi', and 'Risorse' are in the center. On the right, there are links for 'Accedi' and 'Ottieni Trello gratis'. The main hero section has a purple background with the headline 'Attività, colleghi e strumenti: tutto in un'unica piattaforma grazie a Trello'. Below this, a sub-headline reads 'Anche se i membri del gruppo lavorano da sedi diverse, sarà come averli in un unico posto.' There is an 'E-mail' input field and a 'Registrati, è gratis!' button. A 'Guarda video' link with a play icon is at the bottom left. On the right side of the hero section, there are several overlapping mockups of the Trello interface: a 'Copy request' notification, a 'Doing' list with cards, a sidebar menu with options like 'Board', 'Timeline', 'Table', 'Calendar', 'Dashboard', and 'Map', and a comment bubble from 'Kelly R.' saying 'Love this! Thanks @MarkS'.

ATLASSIAN
Trello

Funzioni ▾ Soluzioni ▾ Piani ▾ Prezzi Risorse ▾

Accedi Ottieni Trello gratis

Attività, colleghi e strumenti: tutto in un'unica piattaforma grazie a Trello

Anche se i membri del gruppo lavorano da sedi diverse, sarà come averli in un unico posto.

E-mail Registrati, è gratis!

[Guarda video](#)

Summary

- *Ecosistema dell'Innovazione & Startup*
- *MVP (Minimum Product Viable)*
- *Tipologie di MVP*
- *MVP – Fattori di Successo*
- *Unique Value Proposition*

➤ **Business Model & Revenue Model**

- *Team & Skills*
- *Market Target & Segmentation*
- *Timing & Budget*
- *Business Plan*

Business Model & Revenue Model

Definizione Business Model:

Il Business Model è il **piano di un'azienda** volto alla generazione di ricavi e alla realizzazione di utili. Si focalizza sulla definizione del prodotto/servizio offerto, il modo in cui si intende pubblicizzarlo e venderlo sul mercato. In sintesi definisce le **linee strategiche** che l'azienda deve seguire per il raggiungimento della sua mission.

Definizione Revenue Model:

Il Revenue Model è uno **strumento di pianificazione aziendale** volto a individuare il modo in cui l'azienda intende creare revenues. Il Revenue Model trae informazione dal Business Model e definisce ciò che l'azienda offrirà al proprio target di clientela ed in che modo lo farà.



Business Model – Tipologie/01

TRANSAZIONALE - MARKUP

- Vendita di un prodotto/servizio su canale fisico o e-commerce ad un prezzo prestabilito
- Business basato su transazioni tra cliente e azienda

MARKETPLACE

- Ricavi da intermediazione tra due parti su piattaforma
- Si dimostra necessaria una base utenti molto ampia ed è basato su commissioni
- Classici esempi E-Bay, Amazon, Vinted

SAAS

- Software as a Service
- Modello basato sulle iscrizioni
- Utilizzo del prodotto/servizio con fee mensile/annuale
- Facile acquisizione e fidelizzazione della base utenti
- Si dimostra necessaria una base utenti molto ampia

Business Model – Tipologie/02

FREEMIUM

- Consiste nell'offrire un prodotto gratuito con funzionalità aggiuntive a pagamento
- Il cliente può sperimentare il modello gratuitamente e poi decidere se usare i servizi a pagamento

PAY AS YOU GO

- Pagamento del servizio da parte del cliente in funzione del livello di utilizzo del prodotto/servizio
- Possibilità massima di personalizzare l'offerta
- Metodo utilizzato da Amazon per i servizi Cloud Web Services

NOLEGGIO O LEASING

- Modello basato su noleggio di prodotti/servizi con applicazione di interessi sui pagamenti
- Valido per beni con prezzo di mercato molto elevato

Business Model – Tipologie/03

FRANCHISING

- Modello basato sull'utilizzo da una terza parte del proprio prodotto/servizio annesso ad un Marchio
- Pagamento di una Royalty per l'utilizzo del Marchio

BROKER

- Fornitura di una piattaforma dove acquirenti e venditori possono entrare in contatto
- Garantita la sicurezza delle interazioni tra le parti
- Esempio più noto Paypal

COMMUNITY

- Creazione di una community di utenti con interessi comuni
- Pagamento una tantum oppure pagamento di una fee mensile/annuale per i servizi di community

Business Model – Tipologie/04

AFFILIAZIONE

- Modello che si basa sulla promozione di collegamenti a prodotti tra loro pertinenti
- Riscossione di una commissione per ogni link e vendita generata

MODELLO A INSERZIONI

- Modello Free totalmente gratuito volto a creare fan base
- Entrate vincolate esclusivamente ad attività pubblicitarie sulla piattaforma
- Necessità di una fan base molto ampia

DONAZIONE

- Modello basato sulle donazioni da parte degli utenti
- Sono gli utenti a definire il prezzo di mercato
- Esempio Wikipedia

Business Model

TARGET DI MERCATO

TAM (Total Addressable Market) o mercato totale;

SAM (Served Available Market) o porzione di mercato adatta;

SOM (Serviceable Obtainable Market) mercato raggiungibile;

POTENZIALI CLIENTI

Analisi approfondita dei clienti tramite attività di **Customer Discovery** che permettono di individuare i bisogni dei clienti

CONCORRENZA

Analisi approfondita dei **competitor**, dei punti di forza e dei punti di debolezza, analisi delle minacce e delle opportunità.

FONTI DI ENTRATE

Definizione dei **canali** attraverso i quali **generare entrate**, attività di up-selling o cross-selling, affiliazioni e/o commissioni.

VALORE POTENZIALE

Individuazione delle **caratteristiche** del prodotto/servizio che apportano **maggior valore** al cliente rispetto ai competitor.





STRENGTHS

PUNTI DI FORZA

FATTORI POSITIVI
INTERNI

S

WEAKNESSES

PUNTI DEBOLI

FATTORI NEGATIVI
INTERNI

W



FATTORI POSITIVI
ESTERNI

O

OPPORTUNITIES

OPPORTUNITÀ



FATTORI NEGATIVI
ESTERNI

T

THREATS

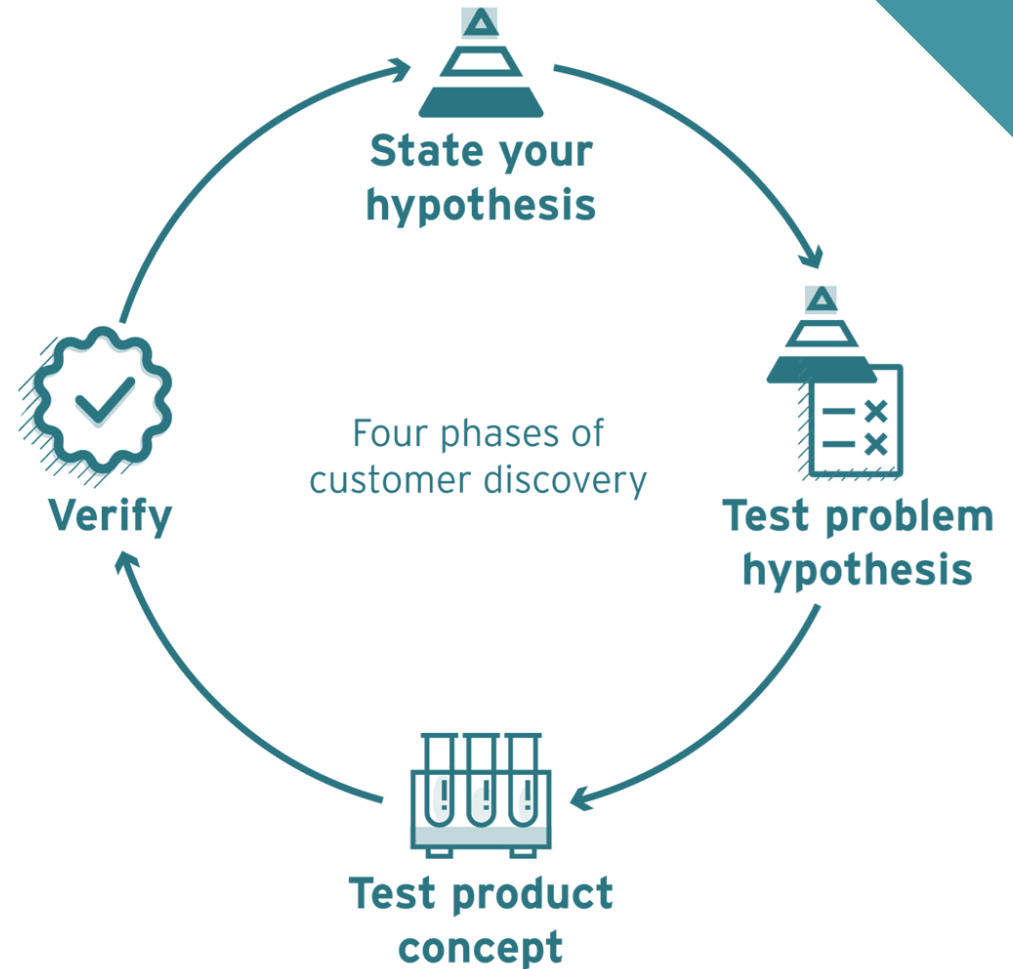
MINACCE



Customer Discovery

Fasi della Customer Discovery:

1. **FORMULAZIONE DELLE IPOTESI:** formulazione dell'ipotesi principe non ancora validata;
2. **TEST DELLE IPOTESI RELATIVA AL PROBLEMA:** definizione del problema e dei principali Early Adopters;
3. **TEST DELL'IPOTESI RELATIVA AL PRODOTTO:** viene identificata una prima soluzione da proporre agli Early Adopters per risolvere il problema;
4. **VERIFICA:** market test e verifica attraverso un Pilot Test.



Entrate, Ricavi e Revenue Model

Per la definizione di un Business Model efficace è necessario analizzare i canali che genereranno entrate in futuro a seguito del conseguimento di Ricavi (Revenue Streams).

L'analisi dei Revenue Streams è fondamentale per la definizione del Revenue Model aziendale che dovrà essere complementare agli obiettivi strategici individuati nel Business Model.

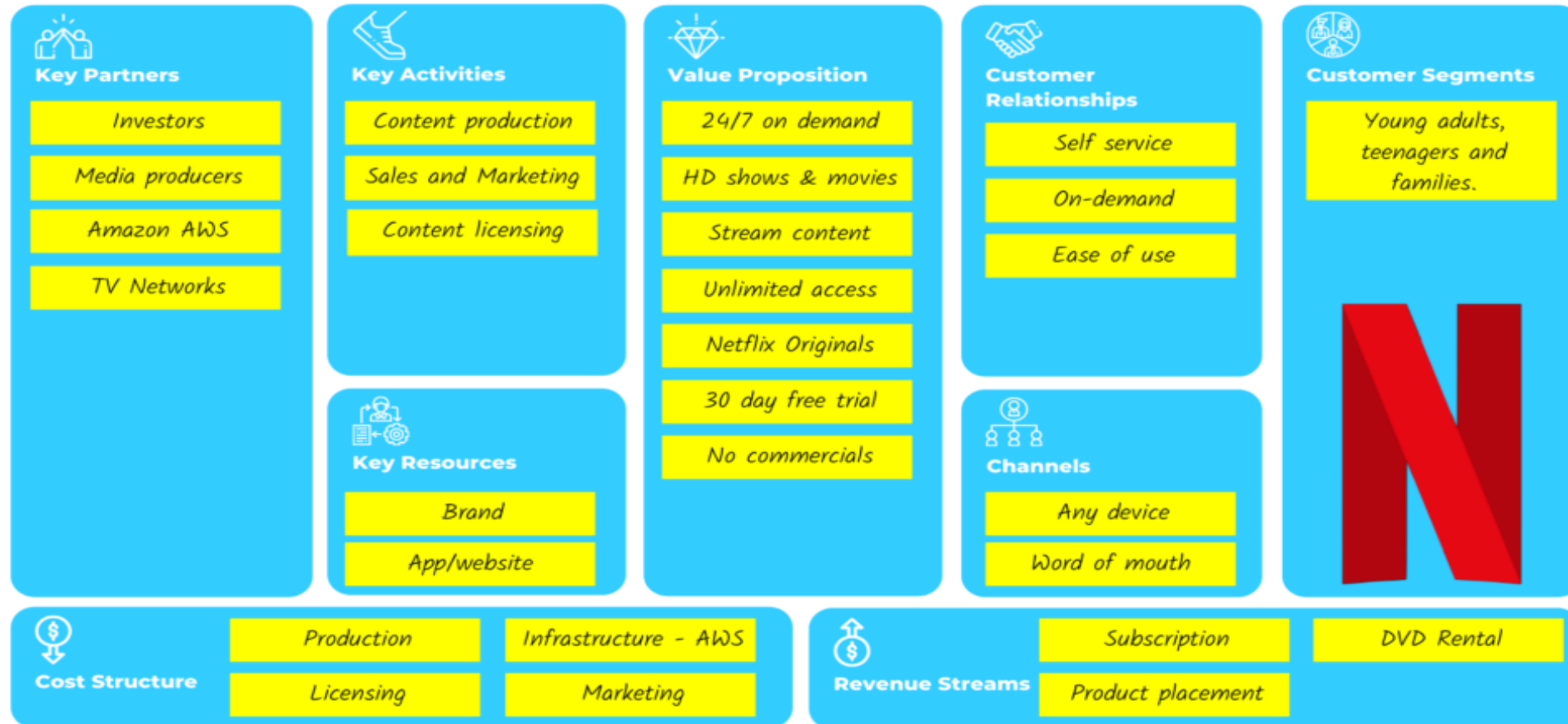
Principali Revenue Streams:

- ☐ Vendita a prezzo prestabilito;
- ☐ Fee in abbonamento periodico;
- ☐ Licenze o Royalties;
- ☐ ADV e pubblicità;
- ☐ Canone di utilizzo (PayPerUse);
- ☐ Noleggio/Leasing/affitto/prestito;
- ☐ Commissioni da intermediazione;
- ☐ Incasso interessi da transazione.

Business Model CANVAS



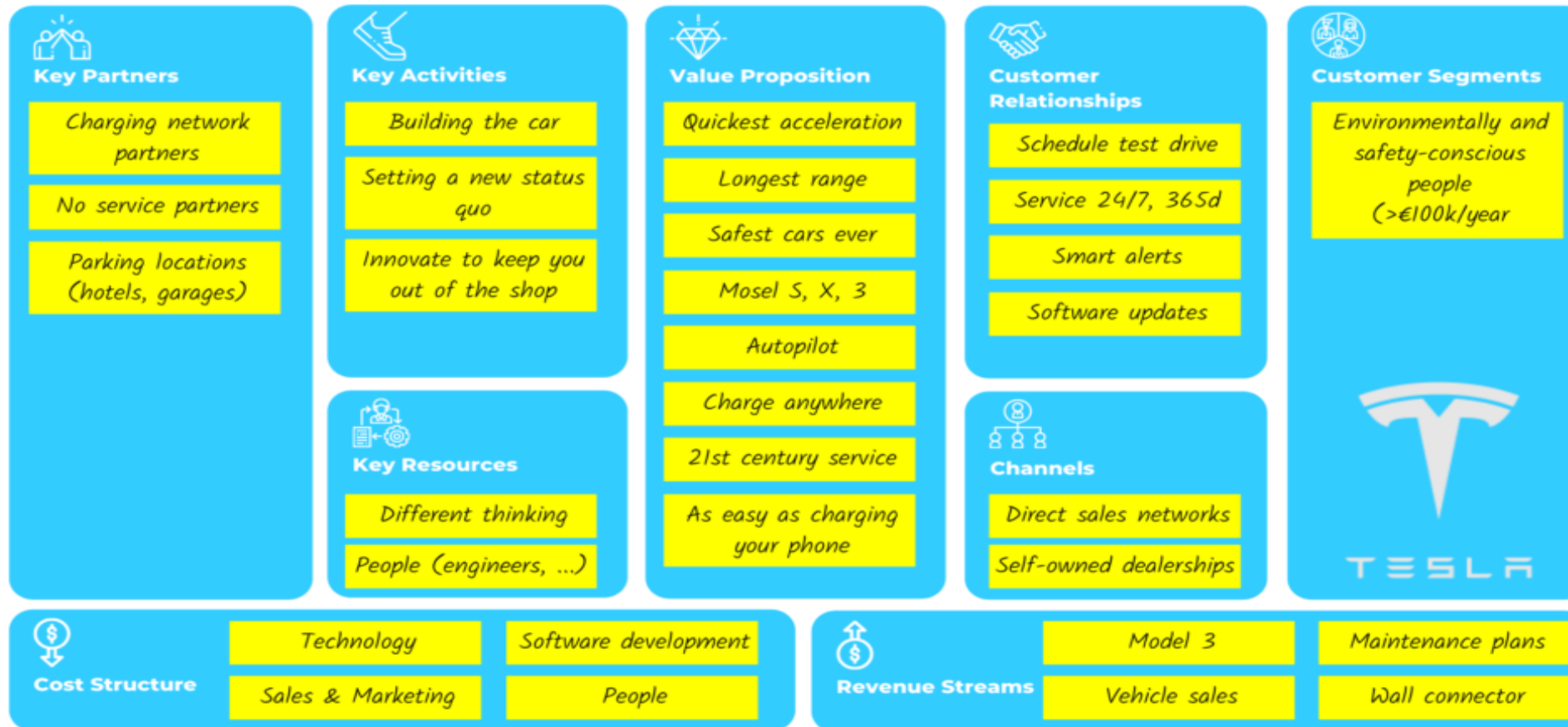
Esempio CANVAS - Netflix



Esempio CANVAS – McDonald's



Esempio CANVAS - Tesla



Summary

- *Ecosistema dell'Innovazione & Startup*
- *MVP (Minimum Product Viable)*
- *Tipologie di MVP*
- *MVP – Fattori di Successo*
- *Unique Value Proposition*
- *Business Model & Revenue Model*

➤ **Team & Skills**

- *Market Target & Segmentation*
- *Timing & Budget*
- *Business Plan*

II Team & Skills

Il Team è un fattore determinante il successo o l'insuccesso di una Startup e di conseguenza di un MVP. Per il lancio dell'MVP è sufficiente un Team con le competenze base per gestire un Pilot Test, per il Market Product è necessario maggiore struttura.

Competenze del Team

Competenze tecniche:

Una startup ha bisogno di tecnici che dovranno sviluppare il progetto di business per poi inserirsi nella quota di mercato desiderata.

Competenze di marketing e comunicazione:

Un prodotto per essere validato e migliorato deve necessariamente raggiungere il pubblico giusto o i potenziali clienti, attraverso campagne di comunicazione e di marketing efficaci.

Competenze organizzative:

Una startup che funziona crea un prodotto (o un servizio) e lo vende, ma all'interno di questo meccanismo si inserisce un processo di organizzazione del lavoro molto complesso.



Ruoli Strategici

AREA DECISIONALE

CEO (Chief Executive Officer) figura trasversale che gestisce l'azienda e cura le relazioni esterne.

AREA FINANCE

CFO (Chief Financial Officer) figura che segue la gestione finanziaria ed il controllo di gestione.

AREA TECNICA

CTO (Chief Technical Officer) figura tecnica che si occupa dello sviluppo del prodotto.

AREA MARKETING

CMO (Chief Marketing Officer) figura responsabile delle attività di marketing e comunicazione.

AREA OPERATIVA

COO (Chief Operations Officer) figura che si occupa della parte operativa e di direzione.



Summary

- *Ecosistema dell'Innovazione & Startup*
- *MVP (Minimum Product Viable)*
- *Tipologie di MVP*
- *MVP – Fattori di Successo*
- *Unique Value Proposition*
- *Business Model & Revenue Model*
- *Team & Skills*

➤ **Market Target & Segmentation**

- *Timing & Budget*
- *Business Plan*

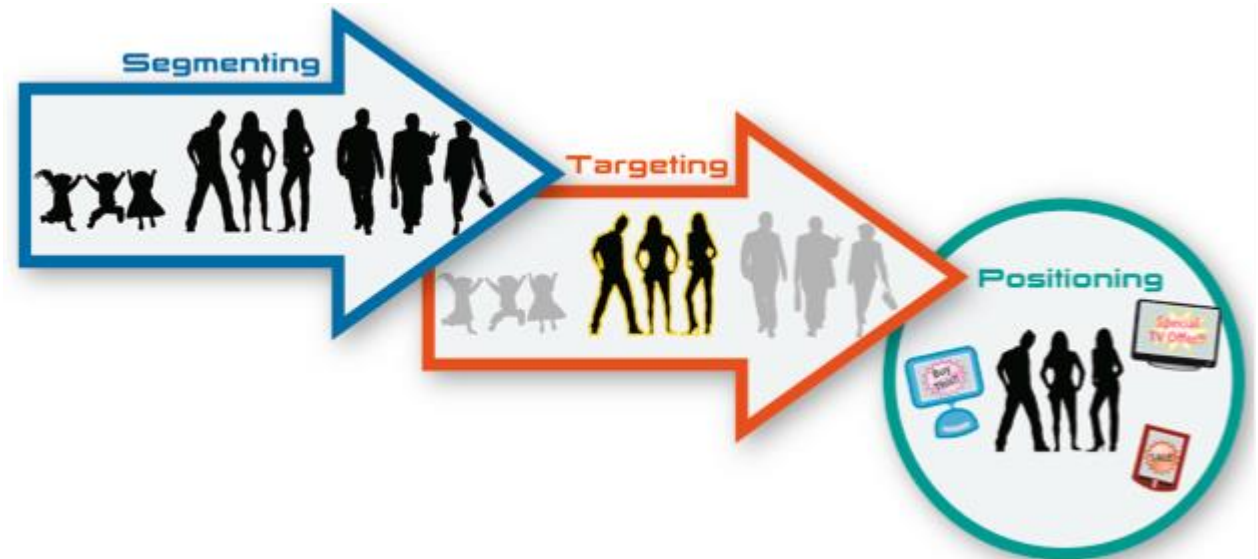
4. Market Target & Segmentation

Market Segmentation:

Il processo di segmentazione del mercato consiste nel **suddividere** quest'ultimo in tante differenti tipologie in base a criteri prestabiliti. Questa analisi è fondamentale per definire tutti i vari potenziali clienti che possono testare l'MVP.

Market Target:

Una volta segmentato il mercato e individuate le caratteristiche di ogni potenziale categoria di cliente, l'MVP deve essere **testato su un segmento specifico**, ovvero il target di mercato.



Summary

- *Ecosistema dell'Innovazione & Startup*
- *MVP (Minimum Product Viable)*
- *Tipologie di MVP*
- *MVP – Fattori di Successo*
- *Unique Value Proposition*
- *Business Model & Revenue Model*
- *Team & Skills*
- *Market Target & Segmentation*

- **Timing & Budget**
- *Business Plan*

5. Timing & Budget

L'importanza del Timing per il lancio di un MVP:

Il corretto Timing è essenziale per la riuscita di qualsiasi progetto a maggior ragione per lanciare un Pilot test per un MVP.

Esempi di Timing perfetto:



Inizialmente la startup ebbe difficoltà perché non si credeva che le persone fossero disposte ad affittare dello spazio nelle proprie case. AirBnB rilasciò la prima release nel primo periodo di forte recessione negli Stati Uniti (fine 2007), quando le persone avevano la forte necessità di avere entrate extra durante la crisi dei mutui sub-prime.



Nel momento in cui ha incontrato il mercato, stava crescendo il numero di persone che possedeva un'auto e stava cercando nuovi modi per fare dei soldi extra, oltre al proprio lavoro principale.

5. Timing & Budget

Budget:

Strumento di programmazione aziendale che permette di stimare e settare attraverso Assumptions le risorse che verranno impiegate dalla Startup per lo svolgimento delle proprie attività.

La redazione del Budget solitamente viene effettuata con largo anticipo oppure l'anno precedente a quello di interesse e le previsioni vengono poi confrontate a consuntivo con i risultati aziendali.

Tipologie di Budget:

- **Budget operativo:** i costi di esercizio sono i costi sostenuti per il normale svolgimento delle attività e confluiscono nel conto economico di esercizio;
- **Budget degli investimenti:** l'insieme dei costi capitalizzati nello stato patrimoniale del bilancio e capaci di incrementare il valore patrimoniale dell'azienda;
- **Budget finanziario:** l'insieme delle fonti e degli impieghi delle risorse finanziarie.



Budget in fase MVP:

COPERTURE

- Capitale proprio
- Capitale a Debito
- Capitale di terzi (AUCAP in cambio di equity)
- Auto capitalizzazione tramite le entrate generate

COSTI VARIABILI

- Spese in marketing
- Interessi su prestiti
- Spese amministrative
- Spese commerciali
- Spese relative all'avvio di impresa/di progetto

COSTI FISSI

- Spese per personale dipendente
- Spese per acquisto licenze o Software una tantum
- Spese per acquisto Hardware
- Affitti immobili
- Rate prestiti e/o finanziamenti

Summary

- *Ecosistema dell'Innovazione & Startup*
- *MVP (Minimum Product Viable)*
- *Tipologie di MVP*
- *MVP – Fattori di Successo*
- *Unique Value Proposition*
- *Business Model & Revenue Model*
- *Team & Skills*
- *Market Target & Segmentation*
- *Timing & Budget*

➤ **Business Plan**

Business Plan

Il BP è un documento che definisce obiettivi, strategie, processi, politiche e azioni con orientamento a medio termine e che delinea i risvolti economico-finanziari delle stesse. Si utilizza sia per finalità legate alla pianificazione aziendale sia per la comunicazione verso potenziali finanziatori e/o investitori.

Il Business Plan è articolato in due parti:

1. Parte Numerico/contabile
2. Parte Descrittiva/qualitativa



Contenuto del Business Plan



- Descrizione del Progetto Imprenditoriale;
- Forma giuridica;
- Attori coinvolti, Team & Skills;
- Struttura organizzativa e piano di gestione delle Risorse Umane;
- Analisi del contesto competitivo (SWOT) e del target di mercato;
- Definizione del Piano Marketing (modello 4P -> Product/Price/Place/Promotion);
- Definizione piano operativo e obiettivi strategici;
- Financials e Piano economico-finanziario prospettico;
- Analisi dei principali fattori di rischio e della redditività di progetto;
- Timing e sviluppo temporale delle attività.

Importanza del BP in fase di Startup





Grazie

Gianluca Boldi

Consulting Project Manager - Fondazione CR Firenze

Startup Advisor - Acceleration Program Hubble

► ext.gianluca.boldi@fondazionecrfirenze.it

► gb.fcrf@gmail.com