**MODELLO DI RUBRICA BUSINESS PLAN **

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TITOLO DEL PIANO** |  |  |  | **DATTERO** |
|  |  |  |  |   |
| **NOME DEL REVISORE** |  |  |  |  |  |
|   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **RUBRICA** | **PUNTEGGIO** |  | **SCALA DI PUNTEGGIO** | **TOTALE** |
| Aspettative superate | **4** |  | **ESEMPLARE** | **25 – 28** |
| Aspettative soddisfatte | **3** |  | **ACCETTABILE** | **21 – 24** |
| Linee guida soddisfatte | **2** |  | **HA BISOGNO DI MIGLIORAMENTI** | **16 – 20** |
| Linee guida in qualche modo soddisfatte | **1** |  | **INADEGUATO** | **0 – 15** |
| Incompleto; Informazioni non disponibili | **0** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **CRITERI** | **4** | **3** | **2** | **1** | **0** |
| **SINTESI** |  |  |  |  |  |
| Ciò fornisce una panoramica concisa e approfondita e delinea efficacemente i punti principali del piano. |  |  |  |  |  |
| **DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ** |  |  |  |  |  |
| Questo trasmette chiaramente l'idea imprenditoriale. Include un motivo dettagliato per il lancio e una descrizione dettagliata del servizio / del prodotto offerto. Descrive la visione, la missione, l'attenzione e la proposta di valore dell'azienda.  |  |  |  |  |  |
| **ANALISI DI SETTORE** |  |  |  |  |  |
| Questo identifica le dimensioni del settore, i segmenti, la maturità, le tendenze e le prospettive; descrive in dettaglio le possibilità, le minacce e le potenziali barriere all'ingresso. Fornisce un'analisi competitiva completa. Definisce il mercato di riferimento e i dati demografici dei consumatori. Fornisce anche i vantaggi competitivi e unici. |  |  |  |  |  |
| **PIANO DI GESTIONE** |  |  |  |  |  |
| Questo definisce la forma di proprietà aziendale e fornisce il ragionamento della forma scelta. Fornisce inoltre un organigramma con i nomi, i ruoli e le qualifiche dei membri. Definisce le parti interessate aggiuntive e i servizi professionali sollecitati. |  |  |  |  |  |
| **PIANO MARKETING** |  |  |  |  |  |
| Questo trasmette chiaramente la strategia di marketing complessiva e fornisce il budget. Fornisce inoltre i piani per le seguenti aree: prezzi, distribuzione, promozione, pubblicità, media, PR, vendite e gestione delle vendite. |  |  |  |  |  |
| **PIANO OPERATIVO** |  |  |  |  |  |
| Questo delinea e affronta tutte le risorse umane, le strutture e le esigenze di infrastruttura tecnologica. Identifica tutte le esigenze logistiche e distributive. Fornisce inoltre calendari di attuazione e processi di monitoraggio dei progressi. |  |  |  |  |  |
| **PIANO FINANZIARIO** |  |  |  |  |  |
| Ciò include un rapporto completo sui costi di avvio. Identifica inoltre le possibili fonti di finanziamento iniziale. Fornisce le previsioni di vendita, le proiezioni di reddito, i rendiconti finanziari pro forma, l'analisi di pareggio e il budget di capitale. |  |  |  |  |  |
| **TOTALI DELLE COLONNE** |  |  |  |  |  |
| **PUNTEGGIO TOTALE** |  |   |   |   |   |

|  |
| --- |
| **DISCONOSCIMENTO**Tutti gli articoli, i modelli o le informazioni fornite da Smartsheet sul sito Web sono solo di riferimento. Mentre ci sforziamo di mantenere le informazioni aggiornate e corrette, non rilasciamo dichiarazioni o garanzie di alcun tipo, esplicite o implicite, circa la completezza, l'accuratezza, l'affidabilità, l'idoneità o la disponibilità in relazione al sito Web o alle informazioni, agli articoli, ai modelli o alla grafica correlata contenuti nel sito Web. Qualsiasi affidamento che fai su tali informazioni è quindi strettamente a tuo rischio. |