**SEMPLICE RIEMPIMENTO-IN-THE-BLANK**

**MODELLO DI BUSINESS PLAN**

# RAGIONE SOCIALE

# I. SINTESI

Il nostro piano è quello di aprire un'attività \_\_\_(tipo di attività)\_\_\_\_\_\_ che venderà \_\_(prodotto o servizio)\_\_\_\_\_\_ per \_\_\_\_(acquirente target)\_\_\_\_. Il nostro team di gestione è composto da \_\_\_(nome membro)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e \_\_\_\_(nome membro)\_\_\_\_\_\_. Il nostro team ha l'esperienza \_\_\_\_(tipi di abilità rilevanti)\_\_\_\_\_ per far crescere con successo questo business. La nostra dimensione di mercato è \_\_\_(dimensione del mercato)\_\_\_\_ e la nostra base di clienti è composta da \_\_\_(segmenti di mercato)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Commercializzeremo ai nostri clienti target utilizzando i seguenti metodi: \_\_(metodo 1)\_\_\_\_\_, \_\_\_(metodo 2)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e \_\_\_(metodo 3)\_\_\_\_\_. Al fine di far decollare questa attività, abbiamo bisogno di \_\_\_(requisiti di finanziamento)\_\_\_ in fondi, ai fini di \_\_(uso del finanziamento)\_\_\_. Il nostro obiettivo è raggiungere \_\_\_\_(obiettivo di vendita)\_\_\_\_ nel primo \_\_\_(periodo di tempo)\_\_\_\_\_.

# II. DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ

Questo \_\_\_ (tipo di attività) \_\_\_\_\_business opererà nel settore \_\_\_(tipo di settore)\_\_\_\_\_. La nostra missione è \_\_\_(dichiarazione di missione)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, e la nostra visione è \_\_\_(dichiarazione di visione)\_\_\_\_\_\_.

Vendiamo \_\_\_(prodotto/servizio)\_\_\_, e il nostro vantaggio competitivo è \_\_\_(unique selling proposition)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Attualmente, le alternative utilizzate dagli acquirenti sono \_\_\_(alternativa 1)\_\_\_ e \_\_\_\_(alternativa 2)\_\_\_\_\_. Tuttavia, queste alternative mancano di \_\_\_\_(ciò che distingue il tuo prodotto / servizio)\_\_\_\_.

Questo settore specifico è \_\_(descrizione del settore)\_\_\_\_\_\_\_\_, e si prevede che \_\_(previsioni di crescita)\_\_\_\_\_\_\_. Date queste previsioni, la nostra azienda si esibirà con successo perché \_\_(ragionamento supportato da ricerche di mercato)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Abbiamo in programma di raggiungere \_\_\_(obiettivo di vendita)\_\_\_\_\_\_ nelle vendite annuali e di aumentare le nostre vendite annuali di \_\_\_(obiettivo di vendita)\_\_\_\_\_\_\_ nel prossimo \_\_\_(periodo di tempo)\_\_\_.

# III. ANALISI DI MERCATO E CONCORRENZA

Dopo aver analizzato il mercato e ricercato la domanda di \_\_\_(prodotto/servizio)\_\_\_, abbiamo stabilito che questo è il momento migliore per permeare il mercato perché \_\_\_(motivo supportato dalla ricerca)\_\_\_\_\_\_\_.

La nostra dimensione di mercato è \_\_(dimensione del mercato)\_\_\_, e i nostri segmenti di mercato di riferimento possono essere descritti come segue:

## Segmento 1

1. Demografico
2. Genere
3. Età
4. Reddito
5. Educazione
6. Stato civile
7. Psicografico
8. Genocidio
9. Convinzioni
10. Valori
11. Alcun interesse
12. Preferenze di stile di vita
13. Geografico
14. Provincia o stato
15. Città
16. Regione
17. Codice postale
18. Quartiere

Abbiamo stabilito che c'è abbastanza domanda per il nostro \_\_\_(prodotto o servizio)\_\_\_ all'interno di questo particolare segmento a causa di \_\_\_\_(ragionamento supportato da ricerche di mercato)\_\_\_.

Attualmente, i nostri maggiori concorrenti sono \_\_\_\_\_(concorrente 1)\_\_\_\_ e \_\_\_\_\_(concorrente 2)\_\_\_\_. Ciò che ci separa dalla concorrenza sono \_\_\_(esempio 1)\_\_\_\_ e \_\_\_(esempio 2)\_\_\_\_.

Rispetto a ciò che viene offerto sul mercato, i nostri prezzi sono \_\_\_(differenza di prezzo)\_\_\_\_\_\_\_, che è \_\_\_(differenza percentuale)\_\_\_\_\_\_ rispetto alla nostra concorrenza.

Ecco un confronto stimato della nostra attività con i concorrenti esistenti:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **CATEGORIA** | **LA NOSTRA AZIENDA** | **CONCORRENTE 1** | **CONCORRENTE 2** |
| Entrate annuali | $ 000.000 | $ 000.000 | $ 000.000 |
| Livello dei prezzi | Nella media | Alto | Basso |
| No. Personale | 15 | 30 | 40 |
| Qualità | Alto | Nella media | Basso |

# IV. PIANO DI MARKETING E VENDITA

La pubblicità e la promozione sono essenziali per far conoscere la nostra attività e prevediamo di implementare una strategia di marketing \_\_\_(descrizione)\_\_\_\_\_, che includerà \_\_\_(componente chiave della strategia di marketing) \_\_\_ e \_\_\_(componente chiave della strategia di marketing)\_\_\_. Questa strategia ci consentirà di indirizzare efficacemente \_\_\_(segmento di mercato)\_\_\_ grazie a \_\_\_\_(ragionamento supportato da ricerche di mercato)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Le nostre offerte principali includono \_\_\_(offerte di prodotti/servizi)\_\_\_. Le nostre offerte avvantaggiano i nostri clienti target più di quanto sia attualmente sul mercato perché \_\_(ragionamento supportato da ricerche di mercato)\_\_\_. La nostra proposta di vendita unica è \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Il mercato è previsto per \_\_\_(previsione)\_\_\_\_\_\_\_ nel prossimo \_\_\_\_\_(intervallo di tempo)\_\_\_\_\_\_\_. Di conseguenza, la nostra strategia di prezzo è quella di \_\_\_(strategia dei prezzi)\_\_\_.

I vari metodi che intendiamo utilizzare per comunicare le nostre offerte ai nostri clienti target sono \_\_\_(metodi di comunicazione)\_\_\_. Inoltre, miriamo a promuovere il nostro \_\_(prodotto/servizio)\_\_ con \_\_(metodi di promozione)\_\_\_.

Intendiamo distribuire il nostro \_\_(prodotto/servizio)\_\_ ai clienti con \_\_(metodo di distribuzione)\_\_\_. Venderemo \_\_(all'ingrosso, al dettaglio, ecc.) \_\_ e utilizzerà \_\_(metodo di pagamento)\_\_.

# V. OPERAZIONI E PIANO DI GESTIONE

Le nostre sedi aziendali fisiche saranno in \_\_\_(sedi)\_\_\_\_\_ perché \_\_\_(ragionamento)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Altri requisiti fisici della nostra attività sono \_\_(magazzino, attrezzature specializzate, strutture, ecc.) \_\_\_.

Il nostro flusso di lavoro di produzione è \_\_\_(descrizione del flusso di lavoro di produzione)\_\_. I nostri requisiti di personale sono \_\_(requisiti di personale)\_\_\_. La formazione dei dipendenti sarà fornita da \_\_(descrizione delle esigenze di formazione dei dipendenti)\_\_\_.

# VI. PIANO DI SVILUPPO

Lo sviluppo della nostra offerta avverrà nel corso di \_\_\_(time frame)\_\_\_\_\_\_\_. Lanceremo la nostra strategia di marketing \_\_\_(time frame)\_\_\_\_\_\_\_\_\_ con \_\_\_\_(strategia di marketing)\_\_\_\_\_\_.

La nostra struttura organizzativa sarà \_\_\_(descrizione)\_\_\_\_\_\_\_\_, con \_\_\_(numero)\_\_\_\_\_\_\_ membri del team di gestione e dipendenti \_\_\_\_(numero)\_\_\_\_\_\_\_.

Prevediamo che i nostri costi e le nostre spese mensili siano \_\_\_\_\_(importo)\_\_\_\_\_\_\_\_\_ perché \_\_\_(ragionamento supportato dalla ricerca)\_\_\_\_\_\_. Abbiamo un fatturato mensile previsto di \_\_\_\_\_(importo)\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Con il denaro proveniente, prevediamo di investire in \_\_\_(area di investimento)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ nel corso di \_\_\_(periodo di tempo)\_\_\_\_\_. A un anno dal lancio, il nostro obiettivo è \_\_\_\_(obiettivo anno 1)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. A cinque anni dal lancio, il nostro obiettivo è \_\_(anno 5 obiettivo)\_\_\_\_\_.

# VII. BILANCIO

I seguenti rendiconti finanziari dimostrano che la nostra attività crescerà e sarà redditizia.

Fornisci il conto economico previsto, il rendiconto finanziario e lo stato patrimoniale. Inoltre, allega un'analisi di pareggio per fornire agli investitori il livello di vendite necessario per realizzare un profitto.

# VIII. DOCUMENTI GIUSTIFICATIVI E ALLEGATI

In allegato qui ci sono i documenti che supportano le informazioni fornite nel piano, tra cui \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ e \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Possibili articoli da allegare:

* Ricerche di mercato dettagliate
* Informazioni di settore
* Piani di cantiere/costruzione
* Referenze professionali
* Qualsiasi materiale di supporto

|  |
| --- |
| **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. |