

DESIGNING THE FUTURE



TROVA L'IDEA PER IL TUO FUTURO!

**Come validare un'idea di
Business e capire se funziona
davvero!**

BY GOODSTART

TROVA L'IDEA PER IL TUO FUTURO

Le evidenti ed enormi difficoltà in cui si trova il mercato del lavoro nel nostro Paese stanno spingendo sempre più persone a **cambiare la propria vita lavorativa**.

Chi è stato dipendente per anni e si ritrova a dover diventare un lavoratore autonomo, giovani che decidono di creare da sé il proprio lavoro, chi è stato licenziato e deve **reinventarsi**, chi vuole **guadagnare di più**, chi vuole avere più tempo per sé e la sua famiglia.

Avviare un'attività oggi viene spesso presentato come un qualcosa che puoi fare in poche ore: decidi un settore, ti crei

un nome ed un logo, apri un blog, una pagina Facebook e il gioco è fatto!

I business avviati in questo modo non rimangono in piedi per più di un anno, quando ci arrivano!

Spesse volte il fallimento non dipende dalla mancanza di un piano marketing o dall'assenza di una strategia di sviluppo. Nella stragrande maggioranza dei casi si è deciso di mettere in piedi un'attività che semplicemente non funziona perché non è stata analizzata a dovere **l'idea iniziale**.

Stiamo parlando di idee che potrebbero diventare delle vere e proprie start-up, con una crescita esponenziale in pochis-

simo tempo, di idee che ti permetteranno di avere delle entrate ulteriori senza lasciare l'attuale impiego, di idee che ti consentiranno di cambiare la tua vita professionale e privata.

Indipendentemente dalla grandezza, la tua idea deve essere Ottima!

Questa breve guida ti aiuterà a farti un'idea del mercato in cui potresti inserirti e a **valutare una o più idee che vorresti sviluppare.**

Ovviamente una vera e propria analisi e strutturazione della tua idea definitiva sarà poi da eseguire utilizzando quel meraviglioso strumento che è il **Business Model Canvas.**

Prima di arrivare ai Canvas, è però fondamentale scandagliare il **ventaglio di possibilità** che potresti avere in base sulle tue capacità, creando così un business totalmente in linea con le tue caratteristiche e potenzialità e che funzioni sul mercato.

I semplici esercizi che farai ti aiuteranno a svolgere il primissimo passo: **trovare un'idea valida**, nel senso di un'idea da cui sia possibile trarre profitto.

Un'idea di Business infatti è considerata tale quando comporta un prodotto o un servizio offerto in cambio di soldi.

Un'idea di Business diventa una **profittevole idea di Busi-**

ness quando offre una soluzione che risolve un problema alle persone che pagherebbero per averla.

E le persone pagano per qualcosa di cui hanno o pensano di avere bisogno!

Conoscere bene il mercato di riferimento e saper individuare il segmento in cui collocare la propria idea è fondamentale per iniziare a sviluppare il proprio progetto con consapevolezza.

Cerca il vero bisogno dei tuoi consumatori: è su quello che devi focalizzarti.

ESERCIZIO 1 – LA TUA MIGLIORE IDEA SEI TU

Il primo esercizio ti aiuterà a **far luce sulle tue capacità**, conoscenze e potenzialità. Sono tutte quelle caratteristiche sulle quali devi puntare per dar vita al TUO business. Qualsiasi attività tu voglia avviare deve essere un'attività su misura per te, costruita intorno a te e intorno alle tue peculiari caratteristiche e competenze sia naturali che acquisite con l'esperienza.

Iniziamo con il **rispondere a 8 domande** pensate in modo da fermarti a riflettere su chi sei.

Ti consiglio di scrivere le tue risposte, anche solo poche parole chiave. Ti aiuteranno per svolgere la seconda parte di questo esercizio.

1. Pensa alle persone della tua vita che hanno contribuito maggiormente a renderti la persona che sei oggi. Esattamente in cosa ti ha influenzato ognuno di loro?
2. Pensa ad una giornata lavorativa alla fine della quale, stanco ma pienamente soddisfatto, hai pensato: “Non farei altro! Anche gratis”; cosa avevi fatto quel giorno?
3. Cosa è successo nella tua peggior giornata lavorativa di sempre? In che modo ha influenzato la tua persona e il resto della tua carriera?
4. Qual è la cosa che hai fatto in vita tua di cui vai più fiero? E

perché ne sei così fiero?

5. Nel giorno più bello della tua carriera cosa è successo?

Come ti sei sentito?

6. In quali cose credevi di non riuscire e poi sei diventato bravo?

7. Qual è l'ostacolo più difficile che hai superato nella tua carriera?

8. Quale complimento ti viene fatto più spesso?

In base alle risposte date alle precedenti domande, riempi gli spazi sottostanti:

SFIDE SUPERATE
(paure, problemi etc.)

CAPACITÀ ACQUISITE
(suonare uno strumento, disegnare, usare un programma etc.)

ATTIVITÀ CHE TI PIACE FARE
(hobbies, correre, leggere etc.)

PASSIONI
(le cose che fai che ti fanno stare bene e alle quali non rinunceresti mai)

Quante cose ti sei ricordato o hai scoperto che sai fare grazie a questo esercizio?

Quali capacità potresti trasformare in un'attività redditizia?

Cosa ti piace fare così tanto che potrebbe diventare una professione?

Pensiamo che una volta intrapreso un lavoro in un determinato settore non sia possibile cambiare o viviamo la cosa come uno **spreco dell'esperienza acquisita**.

Questo perché ragioniamo a compartimenti stagni, ci dimentichiamo che la maggior parte delle competenze apprese e delle capacità sviluppate sono **trasversali**, ovvero che

ci danno (al di là dei contenuti tecnici) una prospettiva, un modo di vedere le cose che può essere applicato a più contesti differenti:

Se hai buone capacità di leadership, le potrai utilizzare in tutti i contesti dove è fondamentale saper guidare le persone;

Se hai ottime capacità di comunicazione, le potrai sfruttare in quasi tutti i contesti lavorativi;

Se vai a corre in modo costante da molto tempo, molto probabilmente hai sviluppato una discreta disciplina che potrai applicare a qualunque sfida e obiettivo da raggiungere.

ESERCIZIO 2 – LA MATRICE DELLA DOMANDA

Abbiamo detto che un'idea può dirsi di Business quando risolve un problema specifico dei clienti e dalla sua messa in atto se ne può ricavare profitto. Ora ragiona con calma e chiediti:

La mia idea:

- a. Risolve un problema alle persone? Se sì, quale?
- b. Conosco o ho conosciuto persone che hanno o hanno avuto questo problema?
- c. Queste persone (o io stesso) pagherebbero per avere il prodotto/servizio che offro come soluzione?

Se la tua idea ha superato (onestamente!) queste 3 doman-

de, passiamo alla compilazione della **Matrice della domanda**.

Questo esercizio, ideato da **Ramit Sethi**, ti aiuta a capire quali idee possono essere profittevoli e quali invece di difficile realizzazione sul mercato.

Nell'eseguire l'esercizio della Matrice, utilizza anche le informazioni emerse dal primo esercizio; ovvero, pensa a come potresti modificare o migliorare la tua idea in base alle tue specifiche caratteristiche personali e a quelle del mercato entro cui vorresti inserirti.

La Matrice della domanda analizza le ipotesi di business in base a 2 parametri:

1. Il **prezzo** del prodotto/servizio offerto (Alto – Basso)
2. La grandezza della **popolazione di consumatori** a cui ci si rivolge (Molti – Pochi)

Si ottenendo così 4 macro categorie:

<p>HIGH END Alto prezzo, Pochi consumatori (es., Lamborghini)</p>	<p>GOLDEN GOOSE Alto prezzo, Molti consumatori (es., Apple)</p>
<p>LABOUR OF LOVE Basso prezzo, Pochi consumatori (Idea non profittevole)</p>	<p>MASS MARKET Basso prezzo, Molti consumatori (es., McDonalds')</p>

Inserisci nella Matrice tutte le idee che ti sono venute in mente e rifletti su ognuna di esse. Quella che non ti aspetti potrebbe essere la tua buona idea!

Facciamo un semplice esempio:

Vorresti avviare il tuo studio di commercialista e renderlo “diverso” dal solito studio. Sicuramente hai già una tua idea su come vuoi che sia “diverso”, ma chiarire chi vorresti che fossero i tuoi clienti ti permette di definire più nel dettaglio la tua idea.

High End: studio commercialista per **clienti molto ricchi** (pochi consumatori) che pagheranno **parcelle molto alte** (alto

prezzo).

Dovrai offrire **qualcosa di davvero unico**, servizio o omaggi particolari, che faranno la differenza anche per chi ha già tutto! I tuoi clienti saranno persone per le quali la discrezione e la privacy sono fondamentali, **offri loro qualcosa che li soddisfi** e che li faccia sentire al sicuro.

Golden Goose: studio commercialista **per chiunque ne abbia bisogno** (molti consumatori) che **si distingue per professionalità e qualità del lavoro (quindi alto prezzo)**.

Studia bene la concorrenza già attiva sul mercato e scopri le loro falle. I potenziali clienti devono cogliere sin da subito

la differenza tra il tuo e gli altri studi e considerare giusta la tua richiesta di prezzo più alto. Devi dare loro qualcosa per cui dicano: “Lo so che pago più che in altri studi, ma non cambierei per nulla al mondo!” Ricorda che lavorare a elevati standard qualitativi richiede anche di circondarti di collaboratori che siano di pari qualità!

Mass Market: studio commercialista per **chiunque ne abbia bisogno a prezzi bassi**. Negli ultimi anni abbiamo visto nascere centinaia, se non migliaia di Centri di Assistenza Fiscale. Perché un cliente dovrebbe venire da te invece che andare in un CAF?

Labour of love: studio commercialista per una singola cate-

goria professionale. Pochi clienti = poco lavoro = pochi soldi
= **cambia idea!**

Come appare evidente, le idee che finiscono nel quadrante **Labor of love** sono da evitare perché non profittevoli.

Può anche darsi che tu voglia sviluppare proprio una attività che più che puntare al profitto sia orientata ad aiutare poche specifiche persone. Sarebbe molto bello ma di certo non si può considerare un'idea di Business!

In alcuni casi è successo che idee inizialmente inserite e sviluppate in altri quadranti, finiscano poi nel **Labour of love**, ma tale evenienza si verifica **quando il prodotto è sul mercato**

ormai dai un po' o può emergere in una approfondita e successiva analisi dei rischi.

La **Matrice della domanda** è un esercizio iniziale che ti aiuta soprattutto a **eliminare le cattive idee** (o quantomeno quelle non ancora buone!) così che tu ti possa concentrare sulle **idee che hanno la possibilità di diventare Business.**

ESERCIZIO 3 – TROVA LA TUA NICCHIA

Per far crescere e prosperare la tua idea e quindi la tua azienda, devi scegliere una **nicchia di mercato** che sia profittevole. Per nicchia di mercato si intende un sottogruppo o sottoinsieme di consumatori legati ad un prodotto/servizio specifico.

Ad esempio, il mercato del benessere ha molti Segmenti di mercato all'interno dei quali troviamo le nicchie: il fitness, l'alimentazione, i centri estetici, la psicologia, ecc.

Prendiamo il segmento dell'alimentazione e vediamo alcune possibili nicchie presenti al suo interno:

-
- * Alimentazione per sportivi > Quale sport? > Livello agonistico o amatoriale?
 - * Alimentazione per bambini > Quale fascia di età? > Con disturbi alimentari?
 - * Alimentazione per donne > Donne sportive? > Donne incinta? > Donne incinta celiache?



Esistono attività che sono riuscite ad entrare, se non a creare, in nicchie di mercato davvero molto redditizie.

Il processo di individuazione della nicchia è generalmente successivo all'elaborazione dell'idea di Business, ma a volte

partire dalla popolazione con cui si vuole fare business può portare a cogliere bisogni non ancora soddisfatti ed avere così la giusta idea.

Vai a farti un giro sul sito www.papillonstore.it: un'idea Mass Market che ha creato una nicchia unica!

QUAL È IL TUO MERCATO?

QUAL È IL TUO SEGMENTO DI MERCATO?

QUAL È LA TUA NICCHIA DI MERCATO?

Una volta identificata la tua nicchia ci sarà da fare un gran lavoro per presentare e far crescere la tua offerta all'interno di quella nicchia: analisi dei competitors, analisi di marketing, elaborazione della tua strategia di marketing, comunicazione, investimenti, tutto minuziosamente studiato e mirato.

Bene, hai fatto un gran lavoro!

Quante cose nuove hai capito o scoperto sulla tua idea di business? Hai capito come migliorarla? L'hai cambiata radi-

calmente? Te ne sono venute altre? Con questa breve guida volevamo accompagnarti in un primo percorso di riflessione e analisi delle tue possibilità di business.

Nell'**Esercizio 1**, ti sei fermato a pensare soprattutto a te e alla tua storia. L'idea di business è ovviamente cruciale, ma la conoscenza che hai di te come futuro imprenditore farà davvero la differenza. Sfruttare al massimo le tue capacità, competenze e potenzialità, partire non solo da cosa sai già fare ma anche da chi sei, pensare ad un business che ti faccia guadagnare facendo esclusivamente ciò che ami di più e che ti viene naturale. Hai capito che tipo di business vuoi avviare, ma sai **Perché lo fai?**

“Le persone non comprano ciò che fai, comprano il Perché lo fai” - SIMON SINEK

La Matrice della domanda dell'**Esercizio 2** ti ha chiarito che non tutto può essere trasformato in oro. Gli affari si fanno grazie alle altre persone e non devi solo offrire loro qualcosa, ma soprattutto capire cosa vogliono, come trovarli e a quali condizioni sono disposti a darti i loro soldi.

Infine, con l'**Esercizio 3** hai capito come trovare la tua nicchia e quanto è importante dato che ti consentirà di raggiungere i tuoi clienti in modo mirato, rapido ed efficace.

NON FERMARTI PROPRIO ORA!

**Adesso è il momento di momento di FARE!
REALIZZA la tua idea, PROGETTA il tuo futuro!**



La GoodStart sostiene l'**autoimprenditorialità** e la **libera professione**. Formiamo gli **imprenditori del futuro** e li aiutiamo a **ridurre al minimo il rischio di impresa** nell'avvio della loro attività.



Restiamo in contatto!

