

Come redigere un business plan per webdesigner freelance

2/2

Non vedevi l'ora di trovare pubblicata la seconda parte dell'articolo. Vero? Eccoti accontentato. Sì, perché in questa seconda parte dell'articolo su *Come redigere un business plan per webdesigner freelance* affronteremo con un taglio decisamente pratico la stesura delle principali sezioni di un business plan.

Le informazioni che non devono mai mancare in un business plan sono: la **storia dell'imprenditore** o della società, i **prodotti** e/o i servizi, l'analisi del **settore**, l'analisi di **mercato**, la strategia di **marketing**, la struttura del **management**, il piano di realizzazione, i **capitali** necessari, le **informazioni finanziarie**, i **piani operativi** e i **budget** economici/finanziari.

Inizieremo la trattazione della **parte descrittiva** del business plan e quindi della **parte tabellare**.

Parte descrittiva

Introduzione

In questa sezione dovrai spiegare le **linee guida** e gli **aspetti** più importanti del **business** che stai sviluppando. Devi spiegare precisamente **idee**, i **prodotti**, chi saranno i tuoi **clienti**, il tuo **mercato** di riferimento e quali potrebbero essere le previsioni future. Devi scrivere con parole semplici, affinché tutti possano capire e comprendere l'idea. Fai in modo che l'introduzione sia concisa e professionale. Il mio consiglio è quello di lasciare questa parte per ultima, quando avrai sviluppato tutti gli altri punti.

Descrizione dell'azienda

In questa sezione dovrai spiegare **in quale mercato la tua azienda opera** e cosa farà, facendo un'attenta **analisi degli obiettivi** e dei **risultati da raggiungere**, spiegando la **filosofia** e il **focus** del **business**. Dovrai descrivere la **situazione attuale del mercato** di riferimento, come potrebbe cambiare nel tempo, se è un **mercato in crescita** o se è un mercato in **crisi**. Inoltre, analizzerai i **punti di forza** dell'azienda e i motivi per cui dovrebbe differenziarsi dalle altre aziende operanti nello stesso mercato.

Non dimenticare di illustrare sempre quali siano le **conoscenze tecniche** ed i vantaggi rispetto la **concorrenza**. Se la tua azienda è una società puoi fornire informazioni sullo statuto sociale e l'assetto sociale, definendo i vari ruoli all'interno dell'organizzazione.

Esempio:

La passione per la grafica e quella per i nuovi linguaggi di programmazione per i siti web ha spinto Pinco Pallino ad approfondire la conoscenza e la padronanza di software grafici quali “TheGimp”, “Adobe PhotoShop” e “Dreamweaver”. L’avvento e l’esplosione di internet, ha contribuito non poco a trasferire le sue conoscenze sulla rete e a farsi apprezzare per i lavori grafici eseguiti.

Grazie a questi punti di forza, Pinco Pallino desidera avviare un’azienda per offrire servizi di grafica web, costruzione e progettazione di siti web e di blog, servizi di hosting e clouding, etc..

La sede fisica dell’attività sarà localizzata a Roma in via Dei Webmaster Freelance n. 30.

Per lo svolgimento di tale attività si è pensato di avvalersi di 2 collaboratori, che saranno di aiuto all’interno dell’ufficio per espletare tutte le attività connesse al lavoro, ivi compreso il mantenimento e la cura dei rapporti commerciali con i clienti.

Prodotti e servizi

In questa sezione potrai spiegare nei dettagli i **prodotti** ed i **servizi** che intendi **commercializzare**. È importante spiegare al meglio tutte le caratteristiche della linea dei prodotti o dei servizi, anche con immagini e foto. Avrai l'accortezza di mettere in evidenza i punti di forza, i vantaggi e gli svantaggi dei servizi, evidenziando i prezzi che praticherai.

Esempio:

I servizi offerti dall’azienda saranno:

- 1. Grafica web e costruzione loghi per aziende*
- 2. Costruzione siti web e blog*
- 3. Servizio di hosting e clouding*

Il mercato è molto vasto e ricco di opportunità. La nostra azienda vuole posizionarsi in una nicchia particolare, quella dello sviluppo di applicazioni mobile, perché non è facile trovare aziende specializzate e che danno un servizio completo di questo tipo. Il cliente tipo sarà la piccola e media impresa e il professionista.

Il primo servizio tratta la grafica e la costruzione di loghi per aziende. Si va dalla semplice ideazione della grafica del sito fino ad arrivare alla creazione di una immagine coordinata anche per biglietti e carta intestata con tanto di logo [...]

Il secondo servizio è la costruzione di siti web e blog con tecnologia PHP, ASP, etc...[...]

Il terzo servizio è la messa a disposizione di server per i clienti che necessitano di affittare lo spazio web e vogliono avere un’assistenza continuativa 24 h su 24 [...]

L'analisi del settore

Analizzando il **settore di riferimento** dovrai delineare il **mercato** ed il suo andamento storico e prospettivo (futuro) nel quale la tua idea di **business** si posizionerà. Il settore nel quale intendi operare rappresenta il **vero campo di battaglia della tua impresa**. Se sei un piccolo **webdesigner freelance** con pochi mezzi finanziari, entrare in un settore impossibile come quello dei servizi di hosting, con clienti ormai molto attenti ai prezzi e con concorrenti imbattibili come le grandi imprese, rappresenterebbe per te una difficoltà insormontabile. Per questo motivo devi analizzare bene il settore nel quale intendi operare.

L'analisi del mercato

In questa parte del business plan tratterai la **concorrenza** e il posizionamento della tua azienda rispetto agli altri **competitors**, evidenziando le **reali opportunità** per la tua azienda di raggiungere gli obiettivi prefissati. In altre parole dovrai suddividere il mercato di riferimento in funzione dei bisogni dei potenziali clienti rispondendo alle seguenti domande: **che cosa desiderano i miei potenziali clienti? Dove acquistano attualmente? Quanto acquistano o quanto sono disposti a spendere per un servizio come il mio?**

La strategia di marketing

Per quanto concerne le **strategie di marketing** sarà tua cura descrivere ed approfondire i **metodi di distribuzione** e di **vendita dei servizi** e le strategie necessarie a tale scopo. È qui che fisserai gli obiettivi e prenderai le principali decisioni relative all'identità della tua azienda perché dovrai pensare a come proporti concretamente sul mercato. Con quale tipo di offerta presentarti al mercato? A quale prezzo? Come sarà il tuo sistema di vendita? E quale sarà la tua comunicazione? Quali canali comunicativi userai?

Parte tabellare

La parte tabellare serve ad **esporre il progetto imprenditoriale** in termini **quantitativi e monetari**. È necessario preventivare i **traguardi economici** dei primi tre anni di attività: il **fatturato**, i **costi**, il raggiungimento del punto di **pareggio**, l'**utile** o la **perdita** di ciascun esercizio e così via.

Piano operativo

Il piano operativo è il piano che verrà utilizzato per far decollare il tuo business. Dovrai descrivere quali saranno le varie risorse impiegate all'ottenimento degli obiettivi, oltre che gli strumenti, le persone coinvolte, i processi e tutto quanto concerne lo sviluppo del lavoro.

Un esempio ti aiuterà a capire meglio.

Se sei un webdesigner illustrerai come vengono creati i siti e i blog per i tuoi clienti, a quale costo, quali licenze sono necessarie, quanti collaboratori ti coadiuveranno, con che livello tecnico e così via. Quindi cercherai di fissare delle date indicative circa il conseguimento di determinati risultati, al fine di poter valutare costantemente se ti stai avvicinando od allontanando dall'obiettivo.

Piano economico

Nel piano economico dovrai analizzare tutte le **spese fisse** (i **costi**) di quanto spiegato nel piano operativo: i costi per i dipendenti, gli amministratori, i consulenti, i materiali, gli affitti dei locali, le spese telefoniche, le spese energetiche, le altre e tutte le spese afferenti la tua attività. D'altro canto dovrai anche **analizzare tutti i possibili ricavi** e quindi il **ritorno sull'investimento**.

Evidenziare ogni singolo costo e ogni singolo ricavo in questa sezione è fondamentale in quanto è necessario per i finanziatori poter calcolare i costi e valutare se finanziariamente l'operazione è conveniente.

Piano finanziario

In questa sezione dovrai **pianificare** le **entrate** e le **uscite** per i primi **dodici mesi** oltre che il **cash-flow** (flusso di cassa). Alla fine dovrai procedere con il **calcolo** del **pareggio** dei conti. L'ideale sarebbe anche la **stima** delle possibili **entrate** e **uscite** per gli anni successivi. Lo scopo è quello di **mettere in luce il futuro finanziario** dell'azienda e sapere in che modo verranno gestite le entrate e le uscite.

Rischi

Non commettere l'errore di tralasciare questa parte del business plan. Ogni attività comporta dei rischi. Nasconderli non ha senso. Non saresti credibile. Fornitori, personale e collaboratori, rischio di insolvenza dei clienti, crisi di liquidità, crisi finanziarie. Insomma tieni in conto tutto. Meglio essere preparati al peggio (e preparare gli altri), per poter risolvere qualsiasi tipo di problema si presenti.

Note aggiuntive e integrative

In questa parte inserisci tutti i tipi di dati o considerazioni che non hai riportato nei punti precedenti. Puoi essere creativo, ma ricorda di riportare tutte le **problematiche**, le **idee** e le **considerazioni** (anche non tue) sul progetto che stai realizzando.

Nel descriverti la **parte tabellare** e **numerica** del **business plan** ho volutamente ommesso di riportarti degli esempi numerici sia per non farti confondere che per non annoiarti inutilmente. In

fondo, sono sicuro che, se e quando, deciderai di redigere il tuo business plan, affiderai questa parte ad un **professionista**.

E tu? Quando hai iniziato il tuo business hai redatto un business plan? O intendi farlo a breve?