

IL GIORNALE DELLE PMI

<https://www.giornaledellepmi.it/business-plan-conoscerlo-applicarlo-gestirlo/>

Business plan: conoscerlo, applicarlo, gestirlo

Valentina Dal Maso

CRESCIMPRESA La rassegna dell'una - 13 marzo 2018



Per un'azienda sia in fase di start-up sia in fase di crescita e sviluppo oggi più che mai è necessario procedere con una puntuale pianificazione interna: l'elevata incertezza dei mercati negli ultimi decenni ha reso infatti fondamentale tale processo.

Ed è proprio in questo ambito che emerge l'importanza di uno strumento come il business plan: per eccellenza il mezzo di valutazione che racchiude informazioni e dati considerati basilari per una visione a 360 gradi del proprio business.

Conoscere il business plan significa dunque apprendere le sue potenzialità: è infatti il biglietto da visita della propria attività, una presentazione del business dell'imprenditore per l'imprenditore e per i soggetti terzi, gli stakeholders, per informarli, allearli ed attrarli.

La funzionalità del business plan è duplice: permette all'imprenditore attraverso una fotografia dei dati ottenuti dalla propria azienda, di proiettarli in un'ottica di medio periodo per incentivarne la conoscibilità verso soggetti terzi, attrarne l'interesse anche da parte di nuovi finanziatori, ma altresì permette di comprendere se una nuova idea di business sia o meno sostenibile e profittevole dal punto di vista economico, ma anche finanziario nel medio periodo, in un processo dunque che si tramuta in una crescente consapevolezza e/o chiarezza per l'imprenditore stesso delle necessità e opportunità attuali e future. Una nuova idea, un prodotto o un servizio, infatti possono tramutarsi in un'opportunità di guadagno, un'occasione di profitto se sottoposti però ad una analisi strategica approfondita secondo un arco temporale definito.

Applicare il business plan al proprio caso specifico significa procedere lungo un percorso che necessita dell'assistenza di una figura professionale specifica che, come spesso accade, trattasi di un dottore commercialista: per la redazione dello stesso si ricorre infatti a tecniche e funzioni aziendali, fonti informative micro e macro economiche, sia interne sia esterne, minuziosamente elaborate e personalizzate. Le informazioni e le idee dell'imprenditore trovano forma e consiglio costante nella figura del professionista, il quale dunque lo affianca durante tutto il periodo preparatorio di raccolta dati fino alla predisposizione del modello.

Nella redazione del business plan la forma è libera ma molto importante: lo stesso deve essere redatto in modo chiaro e preciso, con l'utilizzo di grafici e tabelle oltre che di dati economico-finanziari per evidenziare la reale sostenibilità nel tempo del progetto. Un business plan fondamentale deve contenere informazioni su:

Azienda

Descrizione storica e attuale dell'azienda, della sua organizzazione, del team amministrativo e della mission aziendale

Prodotti e servizi

Elencazione del proprio settore e dei prodotti/servizi che la stessa propone in modo dettagliato

Mercato

Panoramica del mercato di riferimento e analisi della propria posizione

Concorrenza

Indicazione dei propri competitors con un approfondimento sia sui prodotti che sui produttori concorrenti

Marketing

Tale aspetto prevede una elencazione di diversi argomenti: partendo da una analisi del proprio target di clientela, alla chiara definizione di una strategia di lancio del prodotto/servizio nel mercato e relativa politica di prezzi fino all'indicazione delle tecniche di vendita/distribuzione dello stesso e le modalità di pubblicizzazione.

Produzione e approvvigionamento

Descrizione delle modalità di produzione e/o approvvigionamento evidenziando anche quanto prodotto internamente all'azienda e quanto esternamente: trattandosi dunque di un'elencazione di mezzi, tecnologie e fornitori di riferimento.

Analisi SWOT

Tale aspetto permette di elencare i punti di forza, di debolezza del proprio progetto, come pure le opportunità e rischi dello stesso definendo altresì le migliori azioni strategiche che l'azienda intende porre in essere per affrontarli.

Analisi retrospettiva e prospettica economico-finanziaria

Tutte le ipotesi devono poi confluire in proiezioni economico-patrimoniali e quantificazione del fabbisogno finanziario: per le realtà esistenti si prende atto dei dati di bilancio storici degli ultimi 2-3 anni per proiettarli secondo stime di sana e reale prudenza. Per le start-up non potendosi appoggiare a risultati passati, per definire tali stime si procede con indagini ad hoc considerando numerose variabili dipendenti dallo specifico caso. Le proiezioni economico-patrimoniali consentono di pervenire alla determinazione e misurazione del risultato economico netto mentre con il piano finanziario si esplicitano le coperture finanziarie ipotizzate necessarie definendo pertanto delle stime di approvvigionamento finanziario: dati dunque fondamentali sia per i finanziatori interni sia per i finanziatori esterni.

La mole di dati e documenti presi a riferimento sono diretti a razionalizzare e programmare le scelte imprenditoriali per una chiara pianificazione di strategie, risorse e stime economico-patrimoniali e finanziarie: il tutto in un inquadramento generale del progetto nell'ottica di un posizionamento competitivo di mercato.

Gestire un business plan significa definire e monitorare lo sviluppo e l'evoluzione di quanto programmato in una analisi che non oltrepassi i cinque anni: un buon business plan gestisce un arco temporale infatti che si aggira tra i tre ed i cinque anni, ciò per garantire una credibilità dei dati forniti in un'ottica realistica e prudentiale e non semplicemente ipotetica.

Non solo, tale documento va gestito anche dal punto di vista delle mutazioni e sviluppi che lo stesso può subire: un controllo costante tra obiettivi e risultati permette di variare alcune delle proiezioni espletate in un primo business plan, adattandolo alla situazione in essere e definendolo in maniera sempre più precisa e oculata.

Lo stesso, partendo dunque da una simulazione delle dinamiche aziendali giunge ad una ottimizzazione nell'utilizzo delle risorse, misurando e valutando le prestazioni: un documento di ottica prospettica che chiarisce contenuti del progetto e fattibilità.

Il business plan è pertanto sinonimo di stimolo e supporto per le aziende, un punto di riferimento e di confronto tra obiettivi, sogni, aspettative e risultati.

VALENTINA DAL MASO

Dottore commercialista e Revisore Legale in Vicenza. Segretario Unione Giovani Commercialisti Vicenza.