

# Il Business Plan

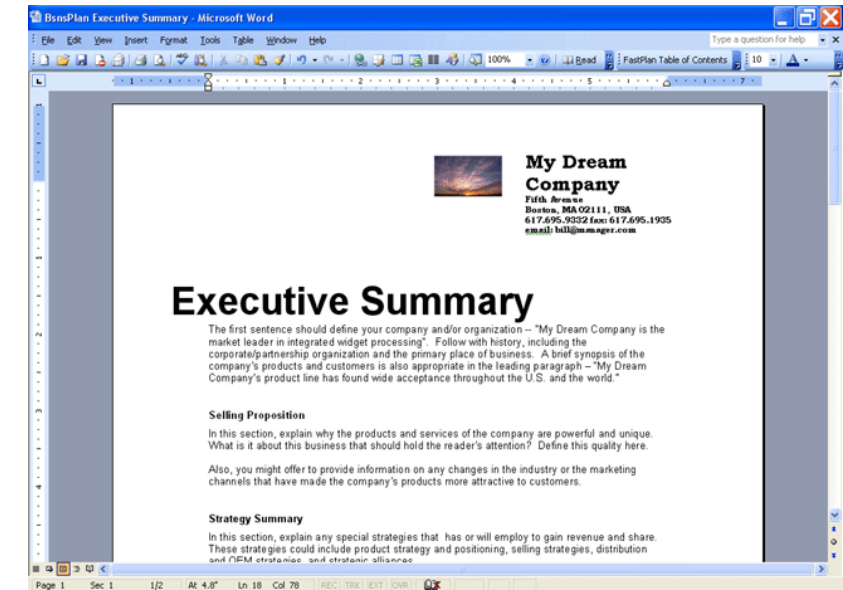
*Cinzia Dessì*



# II Business Plan

## 1: Executive Summary

*Cinzia Dessì*



# Executive Summary:

## *Pagina introduttiva del piano*

E' una introduzione semplice ma scientifica del percorso strategico che in 1 o 2 pagine deve racchiudere il quadro generale

- Catturare l'attenzione del lettore
  - Scritto per ultimo
  - Tono positivo
- Approccio pragmatico

# Creare il giusto tono

- Opportunità e vantaggio competitivo della strategia
- Dimostrazione della buona pianificazione del piano
- Competenze tecniche e manageriali del management
- Mercato in termini di domanda
- Flash sulle proiezioni finanziarie
- Adattato alle aspettative del lettore

DESCRIZIONE  
DELL'AZIENDA

PRODOTTO E  
PROCESSO

ANALISI DEL  
MERCATO –  
PIANO DI MKT

POSIZIONE  
COMPETITIVA  
e ANALISI  
RISCHI

MANAGEMENT  
E  
ORGANIZZAZIO  
NE

PARTE  
FINANZIARIA

## EXECUTIVE SUMMARY

### EXECUTIVE SUMMARY

1. Azienda e concetto
2. Prodotto e processo
3. Opportunità mercato
4. Vantaggio competitivo
5. Management team
6. Flash proiezioni finanziarie
7. Principali milestones

# Domande chiave da porsi

- Che prodotto/servizio viene offerto
- Perché l'iniziativa è «unica»?
- Qual è l'opportunità di mercato sulla quale l'iniziativa si poggia?
- Che tipo di iniziativa è (start-up, brevetto, prototipo, sviluppo azienda esistente)?
- Dove è localizzata l'azienda?
- Che fetta di mercato il prodotto/servizio può assorbire e perché?
- Quale è la tattica di entrata sul mercato e/o il suo segmento?
- Chi sono i concorrenti?
- Chi gestirà il piano e quali sono le loro competenze?
- Quale è lo status?
- Quali sono i traguardi principali del piano?
- Quali sono i principali dati finanziari che sviluppa l'iniziativa in 3 anni?
- Di che tipo di sostegno finanziario ha bisogno l'iniziativa?
- In che periodo deve essere diluito l'investimento
- Quali sono i principali punti di forza della strategia che creano il vantaggio competitivo?

Studio di caso:

# *Hotel del Mare*

Tratto da:

BUSINESS PLAN: CASI PRATICI

A. Ferrandina

IPSOA, 2015, IV Edizione

# Executive Summary

## *Descrizione dell'azienda e business concept*

*La società Hotel del Mare s.r.l. è stata costituita nel 1977 su iniziativa dei coniugi Giuliano Ventura e Rosa Peruzzi, con l'obiettivo di gestire al meglio la struttura alberghiera di loro proprietà, l'Hotel del MARE, localizzato sul lungomare di Termoli, nella regione Molise.*

*Oggetto del presente piano è lo sviluppo di una strategia di specializzazione servizi/prodotti, offerti dall'Hotel del Mare s.r.l., al fine di rispondere alle esigenze espressa da una tipologia di clientela particolare: le famiglie con bambini in vacanza al mare.*



# Executive Summary

## *Descrizione del prodotto o servizio*

### *Mission*

*E' intenzione della Hotel del Mare s.r.l. realizzare un investimento per specializzare la propria offerta alberghiera, rivolgendosi al segmento delle famiglie con bambini in vacanza al mare.*

*Attualmente tale segmento di clientela già rappresenta il 30% della clientela annuale, ma la società ritiene di dover migliorare la qualità dei propri servizi per riuscire ad attrarre un numero maggiore di clienti.*

*L'Hotel del Mare sarà in parte ristrutturato e verrà dotato di nuovi arredi e attrezzature.*

*Si procederà anche all'impiego di nuovo personale con competenze specifiche per la cura e l'animazione della indicata tipologia di clienti (babysitter, animatori, ecc.).*

*Attraverso gli investimenti previsti, l'hotel predisporrà un'offerta di servizi di assoluta qualità, che, oltre a rispondere alle esigenze della clientela, lo renderanno «differente» rispetto alla tradizionale offerta dell'industria turistica alberghiera. Tale unicità si tradurrà in un importante vantaggio competitivo.*

# Executive Summary

## *Opportunità del mercato*

### Crescita del mercato

Nell'ultimo biennio la propensione a viaggiare delle famiglie è rimasta sostanzialmente stabile.

Le famiglie che si sono messe in viaggio almeno una volta negli ultimi due anni sono la maggioranza (81%).

Sono forti però le differenze rispetto ambiti geografici. Le famiglie che sono partite negli ultimi due anni (2012 e 2011) sono il 70% al Nord, il 68% al centro e il 45% al Sud: qui si rileva un 27% di famiglie che è andato in vacanza o nel 2011 o nel 2012; al nord il fenomeno ha un valore pari esattamente alla metà.

# Executive Summary

## *Management team*

### Personale

Queste le figure professionali necessarie per l'esercizio dell'attività:

- assistente direzione generale;
- personale reception;
- personale bar;
- addetti pulizia struttura;
- cuochi;
- assistenti cuochi;
- addetti pulizia cucine;
- camerieri di sala;
- animatori e babysitter.

Il numero totale degli addetti sarà di 24 per i periodi di apertura dell'hotel nel 2014, 2015, 2016 e di 27 nel 2017 e 2018.

# Executive Summary

## *Flash proiezioni finanziarie*

### *Obiettivi Economico-Finanziari*

*Si ritiene che, l'andamento delle vendite sarà molto positivo, con un fatturato che supererà nel 2018 i 500.000 euro.*

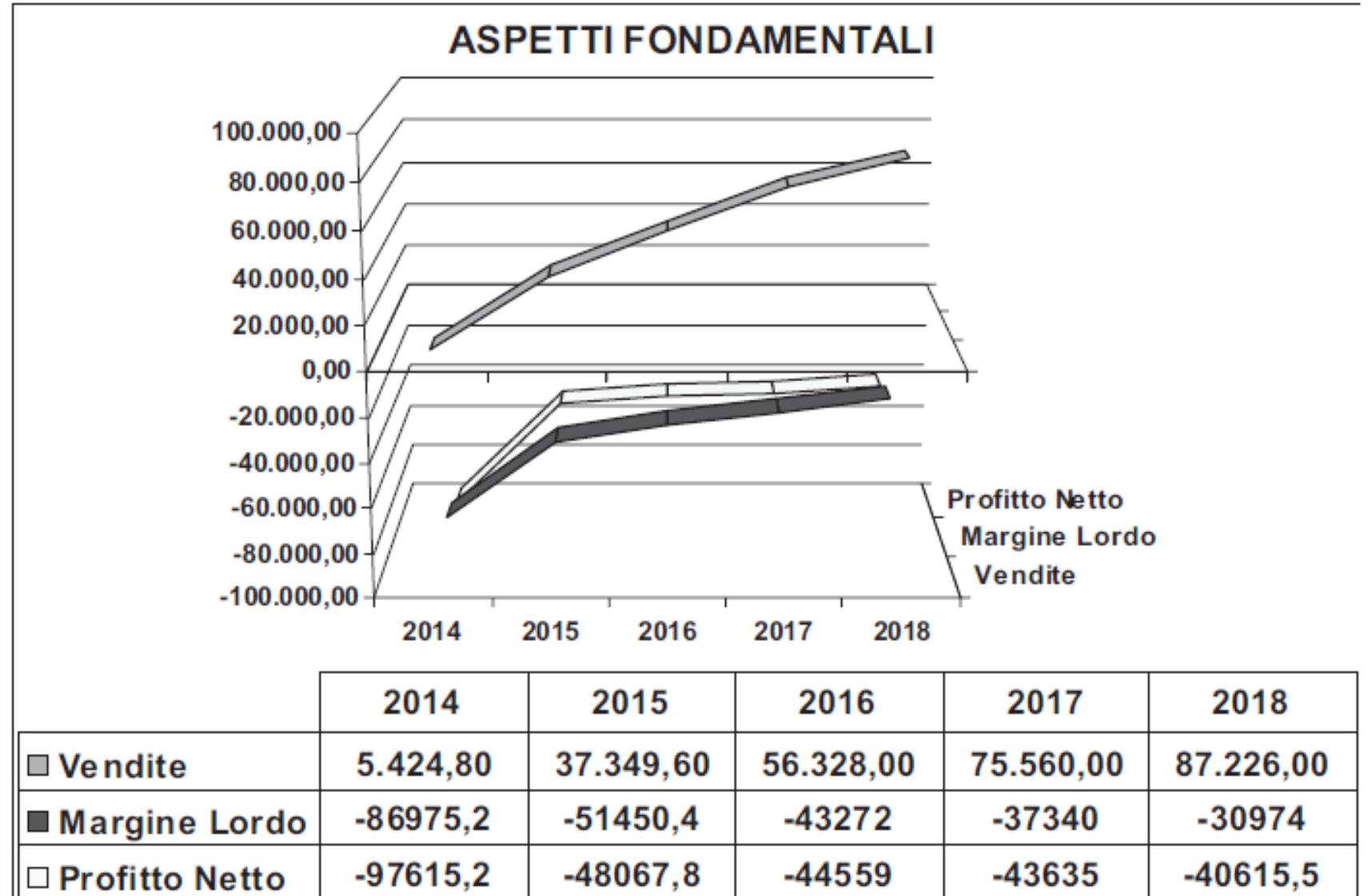
*L'andamento previsto del margine di contribuzione netto sarà pertanto positivo.*

*Se per il primo anno è previsto un utile decisamente modesto, in virtù delle spesa per la ristrutturazione e l'acquisto di arredo e attrezzature, alla fine del 5 anno di planning si registrerà invece un margine netto di oltre 95.000 euro.*

# Executive Summary

## *Flash proiezioni finanziarie*

*Tavola 8.3 – Aspetti Fondamentali*



# Executive Summary

## *Principali milestones*

Il progetto si articola in due fasi e di seguito si indicano in sintesi le attività da realizzare.

- Prima fase:
  - acquisto di nuovo arredo e attrezzature;
  - realizzazione di un sito web aziendale;
  - selezione del personale;
  - progettazione di un piano di comunicazione.
- Seconda fase
  - progettazione di offerte vacanze per il segmento «famiglie con bambini»
  - realizzazione delle azioni previste nel piano di comunicazione.