

LO SVILUPPO DELLE VOSTRE IDEE

Se decidete di avviare una nuova azienda, dovrete dedicare il tempo necessario a elaborare il vostro concetto imprenditoriale. Uno dei grandi vantaggi di essere imprenditori è di poter lavorare su qualcosa che interessa personalmente e che appassiona. Purtroppo, però, non sempre la passione si traduce in profitti.

Ricerche, ricerche, ricerche! Più sono le informazioni che riuscite a raccogliere sulla richiesta potenziale dei vostri prodotti o servizi, sui vostri concorrenti e sulle esigenze e preferenze dei futuri clienti e maggiori saranno le vostre prospettive di successo.

Prima di avviare un'azienda dovete valutare la vostra idea e stabilire quali siano le possibilità realistiche che abbia di generare profitti. Questo documento elenca alcuni dei punti che dovrete considerare nel valutare la vostra idea d'affari.

L'IDEA È DAVVERO ORIGINALE?

Dovrete fare ricerche per vedere se la vostra idea è davvero originale o se ci sono già altri che forniscono un prodotto o servizio analogo. L'ingresso in un mercato nuovo, ad esempio offrendo qualcosa di cui nessun altro dispone, può essere più redditizio che competere con un prodotto o un servizio già esistente. Una persona esperta di business che vi faccia da guida e consulente può aiutarvi a valutare o migliorare la vostra idea iniziale.

LA GENTE SARÀ DISPOSTA A PAGARE PER IL PRODOTTO O IL SERVIZIO CHE PROPONETE?

Le idee più brillanti possono trasformarsi in un'azienda di successo solo se i consumatori sono disposti a pagare per quel prodotto o servizio.

- Innanzitutto dovete identificare il mercato al quale rivolgervi. Volete vendere ai giovani o agli anziani? Il vostro prodotto è destinato alle donne, agli uomini o a entrambi? Volete vendere ai singoli consumatori o ad altre aziende o agli enti pubblici? Quale livello di reddito devono avere i clienti per potersi permettere il vostro prodotto o servizio?
- Una volta identificato a chi vendere, dovrete fare qualche ricerca di mercato per verificare che il vostro target di clientela sia veramente interessato ad acquistare il vostro prodotto o servizio, e in quel caso, quanto è disposto a pagarlo.

- Se i consumatori sono interessati al vostro prodotto o servizio, ma non sono disposti a pagarlo, potreste considerare modelli di business alternativi. Alcune aziende, in particolare nel terziario, offrono i propri servizi gratuitamente o a basso costo, ma ottengono buoni utili da altri canali, come ad esempio la pubblicità.

CHI È IL VOSTRO CLIENTE?

Prima di vendere qualsiasi cosa, è necessario sapere a chi venderla. Senza individuare il mercato a cui ci si vuole rivolgere, potreste cercare di soddisfare esigenze troppo disparate e finire con il proporre un prodotto o un servizio di cui nessuno ha realmente bisogno.

Facendo le opportune ricerche di mercato potete identificare la fascia d'età, di sesso, di stile di vita e altre caratteristiche demografiche delle persone che hanno dimostrato interesse verso i vostri prodotti o servizi. È importante riportare statistiche, analisi, numeri e fatti che dimostrino agli occhi del lettore che esiste una richiesta per i vostri prodotti o servizi

Nello sviluppare un profilo generale dei vostri clienti, cercate di definirli per:

- età, di solito espressa in una certa fascia (ad esempio 20-35 anni)
- sesso
- stato civile
- ubicazione del nucleo familiare
- dimensioni e descrizione della famiglia
- reddito, soprattutto il reddito disponibile (i soldi che può spendere)
- livello di istruzione, di solito il livello più alto completato
- occupazione
- interessi, profilo di consumatore (cosa vuole il consumatore?)
- retroterra culturale, etnico e razziale

Ad esempio, un produttore di abbigliamento potrebbe considerare di vendere in vari mercati: abbigliamento per bambini, sportivo o per adolescenti. Compilando un profilo generale di ciascun mercato si può decidere quale sia realisticamente il più abbordabile, quello che espone a minori rischi o che ha più probabilità di generare profitti. Un sondaggio di prova dei vari gruppi di clientela potenziale può aiutarvi a separare gli obiettivi di mercato realistici da quelli meno probabili.

Una volta definito il target di clientela, dovete approfondire le sue necessità e i suoi gusti. Alcune delle cose che è utile sapere dei propri clienti potenziali sono:

- Quali sono le loro necessità, che il vostro prodotto o servizio può soddisfare?
- Quali sono le loro esigenze e aspettative verso tale prodotto o servizio?
- Quali tipi di prodotti desiderano avere?
- In cosa spendono il loro denaro?
- Dove fanno acquisti?
- Come prendono le loro decisioni di acquisto?

Ricordate che se volete sviluppare un profilo realistico dei vostri clienti e comprenderne le necessità, dovrete fare qualche ricerca di mercato.

SARETE IN GRADO DI COMPETERE CON LE ALTRE AZIENDE DEL SETTORE?

Una volta definiti chi possano essere i vostri clienti, dovrete anche informarvi su chi venda prodotti analoghi e dove vengano venduti. Potete essere competitivi con i prodotti già presenti sul mercato? Se volete vendere un prodotto di largo consumo, controllate nei negozi e nei cataloghi o visitate le fiere del settore per vedere quali prodotti simili siano sul mercato e chi li distribuisca. Dovete stabilire quali siano le motivazioni che possano indurre i clienti ad acquistare da voi anziché dai vostri concorrenti. Il vostro prodotto è superiore a quello della concorrenza o è venduto a un prezzo più conveniente? Il modo migliore per stabilirlo è di condurre ricerche di mercato utilizzando i dati esistenti o facendo un vostro sondaggio.

COME DISTRIBUIRETE IL VOSTRO PRODOTTO O SERVIZIO?

Per distribuire il vostro prodotto o servizio dovete registrare una vostra azienda o cercarne una che voglia acquistare da voi l'idea o il diritto di realizzare il prodotto. Può essere più facile avviare la vostra azienda che convincere un'azienda esistente ad acquistare il vostro prodotto o servizio. Molti potenziali clienti sono più disposti a fare affari con un'azienda che acquistare un prodotto o un'invenzione da un privato.

COME PROMUOVERETE IL VOSTRO PRODOTTO O SERVIZIO?

Un'idea o un'invenzione genera profitti solo se c'è qualcuno disposto ad acquistarla. Avete considerato in che modo i clienti possano venire a sapere o possano trovare il vostro prodotto? Il marketing del vostro prodotto può essere fatto in vari modi:

- su Internet tramite il sito Web
- alle fiere di settore o tramite le associazioni imprenditoriali
- facendo pubblicità sui giornali, alla radio o alla televisione
- distribuendo brochure

AVETE BISOGNO DI PROTEZIONE LEGALE SULLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE PER LA VOSTRA IDEA O INVENZIONE?

Forse avrete bisogno di proteggere la vostra idea, invenzione o prodotto, dalla possibilità di essere copiato da altri. In tal caso dovrete accertarvi se la vostra proprietà intellettuale possa avere i requisiti per la protezione di legge e in quali modalità.

CI SONO PRESCRIZIONI OD OBBLIGHI DI LEGGE CHE POSSANO LIMITARE LA VOSTRA IDEA?

Prima che andiate avanti con la vostra idea d'affari, controllate che non vi siano norme di legge che proibiscano o limitino la vendita del prodotto o servizio che intendete commercializzare o l'attività della vostra azienda.

QUALI RISORSE SONO NECESSARIE PER AVVIARE LA VOSTRA AZIENDA?

La realizzazione di un solido business plan può essere fondamentale per la riuscita del vostro business. Il business plan vi aiuterà a stabilire di quanto denaro avrete bisogno per avviare l'azienda. Inoltre, un finanziatore o un investitore vorrà esaminare il piano per determinare se ci sono i requisiti per finanziarlo. Il piano deve definire chiaramente come intendete fare profitti e deve comprendere una stima delle vendite previste per il primo anno di attività. Basate le vostre stime sul volume del mercato in cui volete operare, sui vostri concorrenti, sui vostri prezzi e sul marketing plan, oltre che sulle tendenze del settore. Includete anche le spese previste per le forniture, l'affitto dei locali, i salari dei dipendenti e le assicurazioni.

A CHI RIVOLGERSI PER AVERE AIUTO NEL VALUTARE E CHIARIFICARE UN'IDEA D'AFFARI?

Mentre state ancora considerando la vostra idea, potrebbe essere utile avere un aiuto esterno. Potete avere consigli da consulenti professionisti, come avvocati, commercialisti ed esperti aziendali. Consultate un elenco di studi professionali canadesi per trovare quelli più vicini a voi.