

Indice

Prefazione	IX
La quarta edizione	XI
Introduzione	XIII
Il business plan	XIII
Le funzioni di un piano	XIV
Le fasi della pianificazione	XV
La struttura	XVII
A chi si rivolge: la doppia funzione del business plan	XIX
Le tipologie di business plan	XXI
I documenti intermedi	XXI
Alcune regole per la redazione del piano	XXVI
La struttura del presente testo	XXXII
Cosa cambia con lo sviluppo della competizione digitale	XXXIV
Note di esposizione	XXXIV
Parte prima Il business plan	1
LA TEORIA	3
La prima pagina	5
Introduzione al piano	7
Definizione dell'obiettivo	7
Riferimenti	9
Capitolo 1 Descrizione del business e del contesto	11
1.1 Presentazione del progetto o dell'azienda	12
1.2 Analisi del prodotto/mercato	16
1.2.1 Il prodotto/servizio	16

1.2.2	Il mercato e la segmentazione della domanda	16
1.2.3	Le aree di affari	21
1.3	Analisi del settore	23
1.3.1	Ciclo di vita	23
1.3.2	Le caratteristiche dell'offerta	26
1.3.3	I competitori	31
1.3.4	I fornitori e i canali distributivi	33
1.3.5	Il trend e le previsioni	33
Capitolo 2	Strategie e posizionamento	35
2.1	Le strategie	36
2.1.1	Il profilo strategico invisibile	37
2.1.2	Le strategie aziendali	38
2.1.3	Gli obiettivi strategici	38
2.1.4	Le strategie competitive	40
2.1.5	Le strategie sociali	46
2.2	Posizionamento competitivo	48
2.3	Analisi del rischio imprenditoriale	50
2.3.1	Rischio di contesto	51
2.3.2	Rischio di business	52
2.3.3	Rischio economico	54
2.3.4	Rischio finanziario	62
2.4	Il business plan come documento strategico	64
Capitolo 3	Il piano operativo	67
3.1	La localizzazione	68
3.1.1	I locali commerciali	69
3.1.2	I locali produttivi	72
3.2	La produzione	72
3.3	La logistica	78
3.4	Il piano di marketing	79
3.4.1	Gli obiettivi	80
3.4.2	Le strategie	84
3.4.3	Le leve	84
3.4.4	Il piano delle vendite	102
3.5	Il budget di marketing	110
Capitolo 4	Struttura e management	115
4.1	L'organizzazione	116
4.1.1	Il management	117
4.1.2	L'organigramma	117
4.1.3	La motivazione	119
4.2	La struttura	120
4.2.1	Forma giuridica	120
4.2.2	Servizi esterni	121
4.2.3	Le licenze	122

Capitolo 5	Le risorse di finanziamento	125
5.1	Il mix delle fonti finanziarie	126
5.2	Il capitale investito	127
5.3	Le fonti	131
5.3.1	Fonti interne	131
5.3.2	Fonti esterne	135
5.4	Il piano di ammortamento e remunerazione del capitale	138
5.4.1	Ammortamento	138
5.4.2	Remunerazione del capitale	138
5.5	Valutazione del credito	139
5.6	Nota sulla quantificazione del capitale di debito	142
Capitolo 6	Schemi economico-finanziari	147
6.1	Ipotesi alla base dell'esposizione dei dati	148
6.2	La sequenza logica nella redazione degli schemi	149
6.3	Alcuni approfondimenti metodologici	153
CASI DI STUDIO		167
	La Dolce Vita	168
	Davidson Resort	260
Parte seconda	Oltre il business plan: l'azione, il controllo e il ritorno dell'investimento	321
Capitolo 7	Dal piano all'azione	323
7.1	Le attività per l'implementazione del piano	324
Capitolo 8	Il controllo gestionale	329
8.1	La costruzione di un sistema di controllo	330
8.2	Il controllo commerciale	332
8.3	Il controllo economico-finanziario	336
8.3.1	Indicatori di liquidità	336
8.3.2	Indicatori del ciclo commerciale	337
8.3.3	Indicatori di indebitamento	338
8.3.4	Indicatori di redditività	339
Capitolo 9	Valutazione degli investimenti	341
9.1	Il tasso di sconto	342
9.2	Metodi di valutazione	353
Appendice		
	Business Plan & Co. – Gli strumenti per la valutazione e presentazione dei progetti d'impresa	369