



# COME ORGANIZZARE E PIANIFICARE UN BUSINESS ONLINE



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



## Argomenti

Elogio all'imprenditorialità online .....	4
1. QUALE TIPOLOGIA DI BUSINESS SI PUOI FARE ONLINE.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1. Il negozio online.....	6
1.2. Commercio aggregativo .....	7
1.3. Traduzioni online .....	7
1.4. Specialista SEO.....	7
1.5. Specialista Social Media .....	8
1.6. Professionista del Blogging .....	8
1.7. Vlogger .....	10
1.8. Vendita di prodotti informativi.....	10
2. PIANIFICAZIONE DI UN BUSINESS ONLINE .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1. Ragioni per le quali si dovrebbe scrivere un Business plan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2. Pianifica cosa intendi fare .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3. Quanto lungo dovrebbe essere il piano e come va scritto .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4. Cosa dovrebbe contenere il Business Plan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. COME FINANZIARE IL TUO BUSINESS.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1. Risorse finanziarie personali .....	25
3.2. Bootstrapping .....	25
3.3. Parenti e amici .....	28
3.4. Angeli investitori .....	29





3.5. Capitali di rischio .....	30
3.6. Creditori commerciali .....	31
3.7. Programmi speciali di finanziamento .....	31
3.8. Crowdfunding .....	31
4. BASI DEL MARKETING E DEL SEM .....	34
4.1. Prime basi del Marketing .....	34
4.2. Cos'è il SEM? .....	35
4.3. Come funziona una campagna SEM.....	36
4.4. Come realizzare una campagna efficace SEM?.....	37
5. ESEMPI DI ONLINE BUSINESS .....	38
5.1. Blogger professionisti .....	39
5.2. Creazione di prodotti digitali.....	40
5.3. YouTube creator .....	40
5.4. Il modello di business di Amazon FBA .....	43
5.5. Marketing di affiliazione .....	433
5.6. Modello di business dell'E-commerce .....	465
BIBLIOGRAFIA .....	476



## Elogio all'imprenditorialità online

"Internet ha prodotto più milionari di qualsiasi altro evento nella storia e continuerà a produrne più di qualsiasi altra industria al mondo."

**Bill Gates**

Sei giovane, sogni di essere finanziariamente indipendente, ma non ti vedi un dipendente oppure senti che anche se hai un buono stipendio con meno preoccupazioni, non sei soddisfatto del tuo stile di vita. Hai bisogno di un cambiamento e credi che la cosa migliore per te sarebbe avviare un'attività in proprio.

Dal momento che viviamo nell'era di Internet a banda larga in cui fondamentalmente tutto accade online, pensi che in realtà la cosa migliore che potresti fare è avviare un'azienda online... Ora, dopo che il mondo intero ha vissuto la pandemia causata dal COVID 19, molte aziende sono state costrette per sopravvivere a creare una componente online.

Quando si tratta di avviare un'impresa, il rischio maggiore è rimanere bloccati fin dall'inizio.

L'imprenditorialità è tutta una questione di coraggio ad iniziare e per questo è necessario lasciare la propria zona di comfort.

Dal momento che non puoi intraprendere la strada dell'imprenditorialità senza un'idea imprenditoriale, vediamo dove potresti trovare quella giusta per te.

Non si tratta di ciò che vorresti fare, ma di ciò che si può fare. La prima domanda a cui dovresti rispondere non è "come posso diventare ricco online", ma piuttosto:





"in cosa sono bravo?" o "cosa mi piace fare?".

Dai forma al "qualcosa" in un business! Ciò vuol dire investire il tuo tempo nella tua passione e la tua conoscenza! Il posto dove cercare è dentro di te. Certo che non è facile. Ci vuole coraggio, determinazione, passione e voglia di successo.

Quello che devi sapere è che non dovresti arrenderti se all'inizio non ci riesci. Uno studio autorevole condotto sull'argomento mostra che il 92% di coloro che avviano un'impresa e falliscono, rinunciano imprenditorialità. È la via d'uscita più semplice, ma pone fine al tuo sogno, privandolo di qualsiasi altra possibilità di successo.

La perseveranza è la chiave e la storia dell'imprenditorialità lo dimostra pienamente. Henry Ford è andato in bancarotta 5 volte prima di fare la storia. Lo stesso accadde anche a Bill Gates. Che licenziato da Harvard, ha avviato un'attività che è andata in bancarotta e in seguito ha creato il gigante che oggi tutti noi conosciamo la Microsoft.

Altra storia interessante è quella di Harland Sanders con la sua ricetta di pollo fritto che prima di diventare una catena di fast food famosa la "KFC" era stata rifiutata da oltre 1000 ristoranti.

Alcune idee imprenditoriali di successo sono emerse da varie passioni, molte delle quali apparentemente insignificanti e banali. Un altro esempio la passione della casalinga casalinga che fa successo semplicemente perché tutti i suoi video di cucina ottengono milioni visualizzazioni.

Tratteremo l'argomento delle idee e dei modelli di business nel 3° capitolo.

Non importa quale delle tue passioni hai intenzione di trasformare in idee di business, in questi questi tempi non si può prescindere da un'esposizione online e i passaggi necessari da seguire di sono sostanzialmente sempre gli stessi.





## 1. QUALE TIPOLOGIA DI BUSINESS SI PUO' FARE ONLINE

Di seguito mettiamo a disposizione degli esempi classici di attività che un giovane può intraprendere utilizzando il web come un negozio online, l'affiliazione, traduzioni ecc.

### 1.1. Il negozio online

L'e-commerce è una delle soluzioni più utili per avviare la tua attività. Tutto quello che devi fare è identificare il prodotto o i prodotti richiesti, sia a livello nazionale che internazionale.

Di seguito si elencano i vantaggi per la creazione di un negozio online:

- Un negozio virtuale è più veloce ed economico da strutturare rispetto a quello tradizionale;
- È aperto 24 ore su 24, 7 giorni su 7 e consente ai suoi clienti di acquistare quando lo desiderano;
- Clienti sono sia di livello nazionale che internazionale;
- Non si ha bisogno molto personale per la gestione dei clienti;
- Hai a disposizione di molti più dati dei tuoi clienti grazie alla raccolta di Google Analytics;
- Con l'aiuto di un sito web ben progettato, un piccolo business online può raggiungere livelli di attività che un business tradizionale può ottenere solo se di grandi dimensioni.
- Non vi è alcun limite di spazio per la presentazione e promozione di prodotti infatti possono essere visualizzati con moltissima facilità dato che si utilizza un negozio virtuale;
- Nessuno ha bisogno di viaggiare per andare al lavoro, il negozio online è accessibile al suo proprietario da casa o dovunque, garantendo flessibilità
- Puoi beneficiare rapidamente dei suggerimenti dei clienti attraverso commenti e condivisione sui social;
- La fidelizzazione dei clienti si ottiene attraverso la carta fedeltà con la quale si fanno politiche di scontistica.





La promozione è uno strumento importante che può essere fatta attraverso la presentazione dei prodotti (ovviamente con l'ausilio di uno specialista), l'utilizzo di packaging personalizzati, borse con il logo dell'azienda ecc.

## 1.2. [Commercio di affiliazione](#)

Puoi costruire il tuo intero business online promuovendo i prodotti di altre persone sul tuo sito web e vendendoli. Puoi generare profitti significativi dalle commissioni di affiliazione. Puoi eseguire l'e-commerce direttamente su una grande piattaforma come Amazon, che ti fornisce tutta l'infrastruttura di cui hai bisogno, dallo storage al confezionamento e alla consegna al cliente finale.

Di seguito ti presentiamo i passaggi da seguire e le commissioni da pagare se vuoi avviare un'attività [su Amazon, clicca qui](#).

Vendere prodotti su e-Bay può essere un'attività di successo, come per la vendita su Amazon, devi identificare però prima una gamma di prodotti e poi è fondamentale familiarizzare con il sito.

## 1.3. [Traduzioni online](#)

La buona conoscenza di una lingua straniera è utile , meglio se padroneggi lingue esotiche come il giapponese, cinese, danese, incrementando di molto le tue possibilità di guadagno con traduzioni online. Ragionando per gradi prima potresti proporti come semplice collaboratore alle società di traduzioni e dopo valutare di aumentare l'impegno.



#### 1.4. [Specialista SEO](#)

Uno specialista SEO è una persona che, attraverso varie tecniche, aumenta il traffico verso un sito al fine di aumentare le vendite. Per fare un lavoro del genere, hai bisogno di conoscenze tecniche, ma anche capacità comunicative e conoscenze di marketing online.

Uno specialista SEO deve analizzare e identificare gli errori e le funzionalità di un sito, implementare tecniche di ottimizzazione, dall'uso di determinate parole chiave per la generazione di contenuti pertinenti a un prodotto o servizio, misurare l'evoluzione del traffico su un sito e implementazione di strategie di crescita continua.

Quasi tutte le aziende hanno bisogno di tali servizi per cui questa figura ha elevate possibilità di ottenere guadagni.

Se non sei uno specialista e il campo ti interessa è possibile seguire corsi in presenza o online con un ritorno sull'investimento rapido.

#### 1.5. [Specialista Social Media](#)

Un altro lavoro classico di tipo online è quello dello specialista dei social media, cioè una persona che sappia gestire Facebook, Account Instagram, Pinterest o anche LinkedIn come servizio a varie aziende. Lo specialista dei social media stabilisce una strategia di contenuti rilevante per un prodotto o servizio, scrive i testi, sceglie e eventualmente modifica le foto, imposta campagne di marketing online e riporta i risultati. I requisiti necessari sono un mix di creatività e competenze tecniche.

Il prezzo per la gestione di una pagina di social media parte da 100 euro al mese e può raggiungere livelli molto più alti a seconda dei servizi richiesti dal cliente e del numero di piattaforme che si gestiscono.





## 1.6. [Professionista del Blogging](#)

Un blogger professionista è colui che si impegna ad effettuare commenti e varie pubblicazioni online. Questa attività non dissimile da quella svolta da un blogger "hobbista" che posta semplicemente per divertimento.

Ora è più facile che mai [creare un blog](#) e il proprio blog può essere una grande risorsa di introiti (Se si conosce come [renderlo profittevole](#)).

Ricorda che non è sufficiente solo creare un blog, è necessario creare costantemente contenuti in grado di informare , educare e intrattenere le persone. In altre parole, deve suscitare interesse in qualche modo.

Attraverso il blog è più facilitata la vendita in quanto può essere considerato una sorta di vero e proprio spazio pubblicitario. Se sei disposto a prenderti cura di questo ed hai una passione, il blogging può essere davvero redditizio.

Di seguito alcuni suggerimenti per iniziare il tuo primo blog:

- [Come puoi customizzare il blog Wordpress](#)
- [Come si installa un blog Wordpress](#)
- [Come puoi far accrescere il traffico nel blog](#)

Esistono due tipi di blog che consentono di ottenere profitti:

- Quelli con un contenuto permanente (di lunga durata e di interesse rilevante).

Nei blog con contenuti cosiddetti universali gli argomenti sono spesso più competitivi e più sicuri da scrivere perché l'interesse delle persone non fluttua. Questi blog garantiscono profitti costanti in



genere riguardano argomenti quali la salute, consigli per l'allenamento, suggerimenti per i genitori, idee per risparmiare denaro ecc.

- Blog dedicati a contenuti di tendenza. I contenuti di tendenza sono un po' più rischiosi, ma spesso possono essere più competitivi. Se trovi un argomento alla moda con poca concorrenza puoi ottenere guadagni più facilmente. Prima di creare un blog del genere è necessario fare ricerche per vedere quali argomenti hanno il potenziale per crescere. Ogni anno, Pinterest rilascia un rapporto sulle tendenze che può aiutarti a identificare in anticipo quali blog saranno seguiti per la prossima stagione.

Ricorda che se la tua idea di blog non è tra quelle consigliate, non è detto che la tua attività non diventi profittevole.

## 1.7. Vlogger

Il vlogging consiste nella pubblicazione di contenuti video e dato che sono molto più attraenti spesso garantiscono maggiori guadagni di quelli scritti. Per realizzare un vlog, è necessario identificare un argomento da approfondire, avere una conoscenza minima delle tecniche di ripresa e video editing e avere una strategia di promozione in modo da poter riunire la più ampia comunità possibile di persone. Il denaro può provenire da aziende che vogliono fare pubblicità in varie forme.

## 1.8. Vendita di prodotti informativi

Se sei un esperto nel tuo campo o conosci più di una persona abbia una determinata abilità, potresti condurre un'attività profittevole senza il bisogno di avere un negozio online con prodotti fisici.



I prodotti informativi sono uno dei più grandi mercati commerciali online che generano miliardi di euro di fatturato in tutto il mondo. Le persone imparano a suonare la chitarra, a fare giardinaggio, a lavorare a maglia, a fare e-sport e... molto di più.

Dimostra di essere un esperto nella tua nicchia, fai crescere il tuo pubblico, costruisci la loro fiducia con quel pubblico e dai loro le soluzioni che vogliono.

La chiave più importante è quella che dovresti scegliere un argomento di nicchia che non ti stanca mai saperne di più. La passione può essere uno strumento importante, in quanto ti aiuterà a canalizzare la tua energia per andare avanti anche quando incontri ostacoli lungo la strada.

Quando si tratta di vendere corsi online, le persone creano canali e siti Web YouTube, eseguono webinar o scrivono e-book per condividere la propria esperienza con altri che potrebbero essere disposti a iscriversi o anche pagare per quello che vogliono imparare.

Qualunque sia questa nicchia, finché hai le competenze e un forte desiderio di continuare ad imparare, allora puoi vendere queste soluzioni come un prodotto informativo.

Non hai bisogno di investimenti significativi per creare questo tipo di attività. Si lancia il blog, si costruisce dei video, si pubblica su Facebook e su altri siti di social di networking e si crea un pubblico.

Le persone cercano informazioni online: 8 persone su 10 nei paesi sviluppati vanno online per trovare informazioni, 1 su 3 abitanti dei paesi in via di sviluppo utilizzano Internet.

Gli studi dimostrano che attraverso un blog, le aziende aumentano il numero di visitatori del sito del 97%.



Facebook è un'altra piattaforma che puoi utilizzare per condividere le informazioni sui tuoi prodotti. Il tempo medio trascorso su Facebook è di 20 minuti / sessione. E dalla pandemia del 2020, il tempo medio trascorso online è aumentato in modo significativo.

## 2. PIANIFICAZIONE DI UN BUSINESS ONLINE

### 2.1. Ragioni per le quali si dovrebbe scrivere un Business plan

Avviare un'impresa senza un piano attentamente pensato e senza una pianificazione è come viaggiare verso una destinazione sconosciuta senza sapere quale strada percorrere sarà una perdita di tempo e uno spreco di risorse.

Un business plan è un documento che descrive nel dettaglio come un'azienda, di solito una di nuova costituzione, può raggiungere i suoi obiettivi. Allo stesso tempo, un business plan può essere sviluppato per un'azienda già operativa che desidera svilupparsi in una nuova direzione o per ottenere finanziamenti bancari. Pertanto, il piano aziendale è una descrizione del futuro della propria attività, esso documenta cosa intendi fare e come intendi farlo. Scrivere un business plan non significa avere un'accurata previsione del futuro della tua azienda. Il suo studio ti aiuterà ad identificare i passaggi intraprendere per raggiungere i tuoi obiettivi.

Per avviare una nuova attività la creazione di questo piano richiede un lungo processo di ricerca, riguardo il tipo di attività che si desidera impostare e come essa funzionerà e si svilupperà per un periodo di tempo minimo di 3 anni. Pertanto, un piano aziendale richiede allo stesso tempo un piano finanziario, commerciale e gestionale.

Un business plan sviluppato per una start-up deve essere basato su dati statistici di altre aziende





operando nello stesso campo di attività. Deve essere chiaro, conciso, facile da seguire e avere una realtà effettiva e obiettivi misurabili (SMART) che possono essere costantemente adattati alle nuove condizioni.

Per valutare il pieno potenziale della tua attività, il business plan deve essere realistico in modo che possa aiutarti a decidere se la tua idea imprenditoriale può essere realizzata.

Ricorda che molte delle idee imprenditoriali non passano mai la fase di pianificazione perché i loro fondatori non riescono a sviluppare un business plan realistico.

Sviluppando il tuo business plan, puoi testare la tua idea considerando almeno due variabili:

In primo luogo, dal punto di vista finanziario devi assicurarti che questo business abbia senso economicamente.

- Quale investimento iniziale richiederà l'azienda?
- Quando l'azienda realizzerà profitti?
- Quando voi e i vostri potenziali investitori recupererete il vostro investimento?
- Sarai in grado di dedicarti finanziariamente all'intera attività?
- Che tipo di retribuzione o distribuzione degli utili ti aspetti di ricevere?
- Quali sono le probabilità che l'azienda fallisca? Cosa accadrà se ciò accadrà?

In secondo luogo, otterrai informazioni sullo stile di vita che stai per condurre. Ti accorgeresti se andassi a svolgere un business che odieresti nonostante il tuo successo.

- Dove vivrai?
- Che tipo di lavoro farai?
- Per quante ore al giorno?
- Sarai in grado di prenderti del tempo libero?



- Cosa succede se ti ammali?
- Guadagnerai abbastanza per soddisfare il tuo stile di vita desiderato?
- La tua famiglia capisce e approva i sacrifici che stai per fare?

Fino a quando non riuscirai a rispondere a queste domande, non sarai in grado di delineare il potenziale della tua idea imprenditoriale. Tieni presente che non ci sono risposte sbagliate. L'idea è quella di aiutarti a decidere e quanto il progetto si adatta ai tuoi obiettivi di vita.

Assumersi le proprie responsabilità. Il piano fissa obiettivi in tutte le principali aree del business: vendite, spese, occupazione e obiettivi di finanziamento. Una volta impostati, gli obiettivi diventano obiettivi di performance. Se hai scritto nel tuo piano che entro la fine del primo anno di funzionamento dovresti avere 100 clienti, non dovresti aspettare che quei clienti vengano da te, ma dovresti implementare qualsiasi risorsa in tuo possesso per raggiungere questo obiettivo.

Monitorare l'avanzamento del business: Quando si crea un'attività individuale l'unico strumento per monitorarne l'andamento è il Business Plan e ti guida nel prendere i passi necessari per raggiungere i tuoi obiettivi.

È uno strumento per assumere personale o futuri investitori. Un business plan scritto con cura con obiettivi concreti e realistici saranno apprezzati dai potenziali dipendenti che vorranno lavorare con te. Se sono in grado di capirlo, saranno in grado di contribuire a raggiungere gli obiettivi che ti sei prefissato

Scrivere il business plan ti spinge a rivedere tutto contemporaneamente: il valore aziendale, le ipotesi di marketing, il piano operativo, il piano finanziario e il piano delle assunzioni. E' il modo che ti permette di fare una moltitudine di collegamenti che altrimenti avresti ignorato.





## 2.2. Pianifica cosa intendi fare

Prima di iniziare a scrivere il tuo business plan, devi rispondere alla domanda "Cosa sto andando a fare con esso?" Come dicevamo, un business plan può servire a molti scopi.

Avrai intenzione di utilizzarlo per ottenere finanziamenti? In questo caso, dovrai concentrarti sulla gestione, la strategia di marketing e sugli aspetti finanziari.

Avete intenzione di utilizzarlo per attirare dipendenti ad alte prestazioni? Quindi è necessario concentrarsi su cose potrebbero essere importanti per loro: posizione, ambiente di lavoro, cultura organizzativa, stipendio, opportunità di crescita.

Pensate di utilizzarlo nei confronti dei fornitori per dimostrare di essere un cliente affidabile? Un solido business plan che potrebbe convincerli dovrebbe evidenziare la lista dei clienti e un impeccabile programma di rientro.

## 2.3. Quanto lungo dovrebbe essere il piano e come va scritto

Al giorno d'oggi i business plan tendono a includere solo i fondamentali, con buone proiezioni e solide analisi. Un formato "facile da leggere" è estremamente importante oggi per permettere alle persone che lo leggono di capirlo. Un business plan dovrebbe avere non più di 20-30 pagine di testo e circa 10 pagine extra per gli allegati (grafica, foto, disegni, ecc.).

Quando scrivi il tuo Business Plan, non dimenticare questi suggerimenti:

- Inizia scrivendo un piano semplificato di una pagina su cui puoi costruire il Business Plan dettagliato
- Non usare frasi difficili a meno che non abbiano senso.





- Usa una lingua che il tuo pubblico è in grado di capire. Non usare parole criptiche , slang e acronimi in quanto non tutti hanno familiarità con esse.
- Prestare attenzione all'aspetto generale è consigliabile utilizzare diagrammi.

## 2.4. Quali documenti dovrebbe essere contenuti nel Business Plan

### A. Riassunto esecutivo

Il riepilogo dovrebbe venire dopo il frontespizio e non dovrebbe superare una pagina. Questo è molto importante perché mostra al lettore ciò che hai effettivamente intenzione di fare. Ci sono specialisti che ritengono che questo riassunto debba essere scritto solo dopo aver finito di scrivere il business plan.

Gli elementi chiave che è necessario includere in questo riepilogo sono i seguenti:

Informazioni rilevanti sulla società: la sua forma giuridica, il proprietario, il suo capitale sociale, il suo indirizzo ecc.

- Il concetto di business. Descrivi l'attività, il prodotto e il mercato che servirà: cosa vendi, a chi vendi e le ragioni per cui questo business avrà un vantaggio.

- Caratteristiche finanziarie. Evidenziano le importanti informazioni finanziarie del business: vendite, profitti, flussi di cassa e ritorno sugli investimenti

-Requisiti finanziari. Specificano chiaramente il capitale necessario per avviare l'attività e per espanderlo. Dovresti anche dettagliare come prevedi di ottenere questo capitale.







- Risultati importanti. Se l'azienda è già operativa, fornire dettagli su eventuali progetti aziendali realizzati che sono stati fondamentali per il successo del business.

#### RICORDATI!

Se il riassunto è troppo disordinato, nessuno lo leggerà perché indipendentemente dai meriti, non sarà ritenuto un buon investimento dato che si evincono indecisioni e imprecisioni.

## **B. Generale descrizione del business**

La descrizione dell'attività di solito inizia con una breve descrizione del settore in cui si intende operare. Quando descrivi il settore, dovrai analizzare sia la situazione attuale e prospettive future. Dovresti anche includere il targeting, mercato di riferimento, informazioni su prodotti / servizi o tendenze che possono influenzare positivamente o negativamente la tua attività.

Quando descrivi l'attività dovresti usare una struttura composta da 4 capitoli principali:

- L'opportunità
- Esecuzione
- Una presentazione generale dell'azienda
- Il piano finanziario





## I. L'opportunità

Questo capitolo è estremamente importante nel tuo business plan perché include informazioni sul problema che hai identificato, la soluzione che hai trovato, i tuoi clienti e come il tuo prodotto/servizio è posizionato sul mercato. In questo capitolo scriverai anche di ciò che ti differenzia dalla concorrenza e quali sono i tuoi piani di espansione futuri:

### ❖ Descrizione del problema

Inizierai il capitolo "Opportunità" descrivendo il problema che puoi risolvere per il tuo clientela. Definire il problema che risolvi per i tuoi clienti è l'elemento più critico del tuo business plan e cruciale per il successo della tua attività.

Dovresti trovare le risposte a quanto segue Domande:

- Qual è il loro bisogno?
- Come risolvono questo problema al momento?
- Le soluzioni esistenti a questo problema sono costose o smussate?

Se non riesci ad identificare il problema che i tuoi potenziali clienti affrontano, allora potresti non avere un concetto di business praticabile

### ❖ Trovare una soluzione

Una volta spiegato il problema, dovresti descrivere la soluzione che hai trovato nel tuo piano aziendale. La soluzione è il prodotto o il servizio che intendi offrire ai tuoi clienti. Dovresti rispondere domande come:





- Come posso risolvere il problema che i miei clienti stanno affrontando?
- Come posso offrire questa soluzione?
- La mia soluzione è ciò che i clienti si aspettano?

#### ❖ Target di mercato

Indipendentemente dal tipo di attività che avvii, sapere chi sono i tuoi clienti e stimare il loro numero è molto importante. Se il loro numero non è abbastanza grande, allora la tua azienda non può essere riuscita. Identificherai i tuoi potenziali clienti attraverso un'analisi di mercato. In primo luogo, identificare i segmenti di mercato (gruppi di persone o altre società a cui puoi vendere) e determinare quanto grandi sono.

#### *Fai attenzione!*

*Non cadere nella trappola di credere che il tuo mercato sia "tutti". Se hai questa idea che l'azienda di vendita di scarpe si rivolge a chiunque abbia le gambe, ti sbagli. Dovrebbe realisticamente mirare ad un segmento specifico per avere successo: atleti, uomini d'affari, giovani, il anziani, persone a basso reddito, ecc.*

#### ❖ Il consumatore perfetto

Una volta identificati i segmenti di mercato target, è necessario definire il cliente ideale per ciascuno segmento. Per questo è utile distinguere la "persona acquirente" dalla "persona utente".

#### ❖ Concorrenza





Conoscere a fondo la concorrenza è fondamentale per la tua attività. Uno dei più grandi errori che le start-up fanno nei loro piani aziendali è considerare che non hanno concorrenza.

Niente potrebbe essere più lontano dalla verità. Devi capire che i tuoi concorrenti non sono solo quelle aziende che operano nel tuo stesso campo di attività, ma tutte quelle che lottano per trovare clienti come i tuoi o simili ai tuoi cercando di offrire diversi tipi di soluzioni.

*Quando Henry Ford vendette le sue auto per la prima volta, non c'era concorrenza diretta da parte di altre case automobilistiche - non c'erano altre auto. Invece, Ford ha gareggiato con altri trasporti/mezzi: cavalli, biciclette, treni e persino passeggiate. A prima vista sei tentato di credere che non ci sarebbe competizione, ma invece sì perchè erano alternative allo stesso problema: bisogno di muoversi o viaggiare.*

Nel tuo business plan dovresti descrivere riguardo i competitor: chi sono, quanti sono, quali soluzioni offrono.

*Quali sono i tuoi vantaggi competitivi rispetto alla concorrenza?*

## II. L'esecuzione

In questo capitolo dovresti descrivere il modo con cui la tua azienda opererà. Menzionerai i piani, le operazioni di marketing e vendita, il modo con cui misurerai il tuo successo e i passaggi chiave che dovrai prendere.

❖ Piano di Marketing e di vendite





Come intendi approcciarti al mercato di riferimento? Come intendi vendere e con quale politica di prezzo? Di quali tipi di partnership hai bisogno per aiutare l'attività nell'ottenere più facilmente successo?

L'identificazione del posizionamento rappresente il primo punto del piano di marketing e vendita. Non deve essere troppo elaborato. Spiegare come la tua azienda si posiziona nel panorama competitivo e cosa lo differenzia dalle alternative che un cliente potrebbe considerare è sufficiente.

Sviluppa la tua strategia di promozione dopo aver stabilito il tuo posizionamento e i prezzi, il modo con cui prevedi di comunicare con i tuoi potenziali clienti per vendere il tuo prodotto/servizio. Gli strumenti di marketing che puoi utilizzare per questa comunicazione sono: pubblicità, packaging, pubbliche relazioni, promozioni di vendita, vendite private.

*Tieni a mente!*

*Il piano marketing non ha validità se non conosci cosa è il marketing*

#### ❖ Operatività

In questa sezione descriverai come funziona la tua attività: la logistica, la tecnologia utilizzata e altri dettagli simili. A seconda del tipo di attività che avvia, potrebbe essere necessario descrivere solo alcune delle sezioni seguenti:





- **Fornitura.** Se la tua azienda vende prodotti acquistati da altri fornitori, è importante per includere dettagli riguardanti il luogo da cui provengono i tuoi prodotti, il modo con cui vengono consegnati. Se i tuoi fornitori provengono dall'estero, dovrai spiegare come lavori con loro.
- **Tecnologia.** Se sei un'azienda che lavora nel campo dello sviluppo tecnologico, è essenziale per spiegare la tecnologia che produci e come funziona, nel tuo business plan. Non devi rivelare segreti commerciali nel tuo business plan, ma devi spiegare perché la tua tecnologia è diversa e migliore delle altre soluzioni offerte dal tuo concorrenza. Sentiti libero di includere informazioni dettagliate nelle appendici, nel caso in cui qualcuno lo richiede.

### ❖ Distribuzione

Se la tua azienda è interessata al marketing di prodotto, la tua strategia di distribuzione è una parte importante del tuo piano aziendale. La distribuzione comprende l'intero processo di trasferimento del prodotto dal produttore/commerciante fino all'uso finale.

Quando decidi quale rete di distribuzione scegliere, è opportuno analizzare quali canali di distribuzione stanno utilizzando i tuoi concorrenti. È possibile utilizzare lo stesso canale o optare per uno alternativo.

La strategia di distribuzione che scegli per il tuo prodotto/servizio si baserà su diversi fattori che includono i canali utilizzati dalla concorrenza, la strategia di prezzo e le risorse interne.





### III. Panoramica sulla tua azienda e il tuo team

In questo capitolo, analizzerai la struttura della tua azienda e descriverai i membri chiave del team. Questi dettagli sono particolarmente importanti per gli investitori, perché sono interessati a sapere chi c'è dietro l'azienda e se sono in grado di tradurre un'idea in un successo.

#### ❖ Panoramica dell'azienda

La panoramica dell'azienda sarà molto probabilmente la sezione più breve del tuo piano aziendale. (Sentiti libero di rimuovere questa sezione se si prevede di condividere il business plan con i partner commerciali e persone esterne al team).

Se il tuo business plan è destinato a persone esterne all'azienda, dovresti includere in questa sezione: la missione dell'azienda, la struttura e la proprietà dell'azienda, la sua ubicazione, la sua storia.

#### ❖ Sul tuo team

Se pensi che tutto ciò che serve per attirare un investitore o per il successo della tua attività sia solo un'idea di business promettente, stai facendo un errore. Si dice che gli investitori non investano nelle idee ma nelle persone. Dover scegliere tra una combinazione di un'ottima idea gestita da un team mediocre e una mediocre idea gestita da un grande team, molti investitori andranno per la seconda combinazione.

La presentazione del team nel tuo business plan dimostra che hai considerato attentamente i ruoli e le responsabilità che avranno nello sviluppo e nella crescita della tua attività.

E' necessario avere un team completo nel momento in cui stai redigendo il tuo piano aziendale. È importante essere consapevoli delle posizioni che devi comprire e di menzionare nel tuo piano che stai cercando il persone giuste.





#### IV. Il piano finanziario

Questo è l'ultimo capitolo del tuo business plan. Per molti imprenditori questa è la parte più difficile, ma ci sono una moltitudine di strumenti e risorse a disposizione che possono aiutarti a costruire un solido piano finanziario.

Di cosa devi trattare nel piano finanziario?

- Le previsioni di vendita
- Il tuo piano personale
- Il tuo conto profitti e perdite (o P &L)
- L'utilizzo dei fondi

### 3. COME FINANZIARE IL TUO BUSINESS

Avviare e sviluppare un'impresa, anche online, richiede fondi che molti giovani imprenditori non hanno e non sanno come reperire. Una nuova impresa ha bisogno di finanziamenti per coprire i costi di start-up, mentre le imprese già attive devono finanziare la loro crescita.

Esiste una vasta gamma di finanziamenti ma devi tenere presente che accedervi dipende da numerosi fattori.

Ad esempio, un'azienda già operativa ha accesso a prestiti standard che le banche tradizionali erogano per consentire il proseguimento lo sviluppo del business. Per una start-up, cercare di ottenere un tale prestito può rivelarsi un missione estremamente difficile, a volte persino impossibile. Dall'altro lato una







start-up high-tech con potenziale di crescita può avere accesso a investimenti che invece un'impresa stabile ma a crescita lenta difficilmente otterrebbe.

Pertanto, al fine di ottenere finanziamenti, è necessario adattare il processo di ricerca alle specifiche dell'azienda che si desidera creare o sviluppare.

È importante capire che trovare finanziamenti non è una cosa semplice e per poterci riuscire è fondamentale redigere un piano aziendale concepito attentamente.

Sull'argomento ti offriamo informazioni utili per la tua attività.

### 3.1. Risorse finanziarie personali

Se hai deciso di diventare un imprenditore, dovresti sapere fin dall'inizio che non solo consumerai tempo ed energie, ma rischierai anche i tuoi soldi o i tuoi beni. La prima fonte di finanziamento per la tua attività dovrebbe essere il tuo denaro personale e se ti fidi del tuo business, dovresti valutare di usarne più che puoi dato che non sono soggetti a costi aggiuntivi.

Se sei molto sensibile ad usare finanze personali perché non ti fidi della tua attività allora perché preoccuparsi di cercare di ottenere finanziamenti esterni che si possono poi restituire?

L'utilizzo di denaro personale per avviare la tua attività ha una serie di vantaggi.

- Il denaro personale è la fonte di finanziamento più economica mentre quello preso a prestito all'esterno comporta dei costi. Il finanziamento ha un valore diverso da quello intrinseco.





- Con l'utilizzo di denaro personale o ottenuto tramite un prestito personale si guadagna la fiducia di un potenziale investitore il quale si può convincere di affidarti altre risorse in quanto tieni conto che sei disposto a prenderti dei rischi in prima persona.

Molto banalmente se si ha successo investendo solo il proprio patrimonio tutti i profitti sono personali diversamente sarebbe se ad investire nella tua attività ci sono altri soggetti. Questi ultimi avranno diritto alla divisione dei profitti in proporzione alla loro quota di impegno finanziario.

In modo speculare invece se l'attività dovesse fallire, se si è da soli le conseguenze economiche non sono divise con altri ma solo con le proprie risorse e disponibilità.

Quando si ricorre ad investitori quali venture capitalist, business angel è possibile ridurre la parte del rischio d'impresa così come gli eventuali guadagni .

### 3.2. Bootstrapping

Il bootstrap è definito come "quel modo di garantire le fonti di finanziamento di un'azienda senza ricorrere a risorse esterne, ma solo risparmiando e utilizzando risorse personali, sia monetarie e qualsiasi altra risorsa personale, nel modo più efficiente possibile". Questo tipo di finanziamento può essere applicato a qualsiasi tipo di attività, indipendentemente dalla sua struttura o fase di sviluppo.

Bootstrapping significa:

- Utilizzare le risorse finanziarie interne nel modo più efficiente possibile
- Risparmio di risorse ottimale
- Essere rigorosi sia con gli investimenti che con le spese

Se la tua attività è in fase di start-up e vuoi finanziarti attraverso il bootstrapping è necessario tenere conto dei seguenti suggerimenti:





- Avvia la tua attività da casa o da un ufficio virtuale. In questo modo non è necessario preoccuparti dell'affitto di uno spazio per l'ufficio o per lo stoccaggio.
  - Concentrati sulla funzionalità. Se vuoi avviare una piccola impresa e comprare dell'attrezzatura costosa, avrai un'alta probabilità di fallire per costi eccessivi da sopportare. Nella fase iniziale devi essere orientato alla funzionalità e non all'immagine. All'inizio di Apple, Steve Jobs era famoso per l'acquisto di alcune vecchie porte e supporti in legno a basso prezzo con cui ha ricavato arredo da ufficio. Dichiarò che svolgevano la stessa funzione ma 10 volte più economico.
  - Coinvolgi per quanto possibile volontari e stagisti quando hai bisogno di personale extra. Ti accorgerai che all'esterno ci sono molte persone che sono disposte ad "aiutarti" l'importante è rispettare i loro diritti e riuscire a motivarli in modo appropriato.
- 
- Utilizza internet in modo intelligente. Internet offre tante opportunità per risparmiare su prodotti e servizi e i prodotti necessari ad avviare la tua attività.
  - Promuovi la tua attività con il passaparola: tutto quello che devi fare è parlare con i tuoi amici o con estranei dei tuoi affari e trasformare loro tuoi sostenitori.
  - Concentrarsi sul flusso di cassa e non sulla redditività.



### 3.3. Parenti e amici

Quando si è giovani e alle prime fasi di una start up non è facile ottenere finanziamenti dall'esterno spesso per la scarsa fiducia poco riposta da parte di estranei comprese le banche . In queste circostanze uno dei modi più popolari ed efficaci è chiederla aiuto ai propri parenti, amici e conoscenti. Nessuno ti può conoscere meglio di loro e conoscono le tue abilità e il grado di affidabilità.

Questo tipo di finanziamento offre diversi vantaggi:

- Rapidità. È più veloce ottenere denaro da una persona conosciuta che da qualsiasi altro esterno fonte.
- Semplicità. Un conoscente che ti offre il proprio denaro in prestito non richiede tutti i documenti ufficiali che farebbe un investitore ufficiale o un istituto di credito.
- Può rappresentare una leva per ottenere altri finanziamenti.

Tuttavia, gli aiuti di parenti e amici possono anche comportare insidie per entrambe le parti:

- Spesso, parenti e amici non possono permettersi di perdere i soldi che ti stanno offrendo. Dovresti evitare di far assumere loro impegni rischiosi come ad esempio ipoteche sui beni ecc.
- Gli imprenditori tendono a prendere in prestito più denaro di quello di cui hanno bisogno in realtà.
- Un altro errore ricorrente di coloro che usano questo tipo di finanziamenti è il sottovalutare il piano di rientro e non pianifico in modo preciso quando poter restituire tali risorse. Questo in molti casi porta ad avere attriti e malesseri nei rapporti.





- La maggior parte di queste forme di finanziamento non sono accompagnati da forma scritta come contratti dato che spesso viene visto come un insulto. Ciò non aiuta gli affari e lascia spazio ad incomprensioni e a poca chiarezza degli accordi.

### 3.4. Business Angel

Il business angel è una persona che possiede molte risorse finanziarie e offre del capitale ad imprese in fase di start-up, in cambio della partecipazione in qualità di azionista della società, o come prestito convertibile.

Questi investitori sono estremamente importanti per le piccole imprese che non accedrebbero facilmente ad altri tipi di finanziamento. Attraverso questo finanziamento iniziale, contribuiscono all'avvio dell'impresa, che consentirà in seguito di attrarre, si spera, altre fonti di finanziamento. Per questa ragione questo tipo di finanziamento è anche chiamato seed-financing.

Quindi un Business angel sarà coinvolto in aziende che non sono ancora state lanciate sul mercato, o in start-up che hanno bisogno di finanziamenti per poter crescere. Preferiscono investire in imprese che possono offrire un alto ritorno per coprire l'alto tasso di rischio. I loro target preferiti sono quelle aziende nei settori dei servizi che non richiedono grandi fondi, che hanno una componente tecnologica (IT, comunicazione).

I vantaggi per coloro che si rivolgono a dei business angel sono:

- Non si ha bisogno di una garanzia per ottenere il finanziamento;
- Possono fornire un supporto diretto e personale nello sviluppo della tua strategia per stabilire e perseguire gli obiettivi;
- Possono garantire contatti utili grazie alla loro reputazione nel mondo degli affari;
- Possono trovare fonti più grandi di rifinanziamento se la società se ne ha bisogno;
- Possono coinvolgerti nel reinvestire con rendimenti più alti





Cos'è che un business angel apprezza:

- L'esperienza dell'imprenditore e i precedenti risultati nel settore si intende operare
- La reputazione dell'imprenditore e la sua etica poiché ci si aspetta una totale fiducia tra le parti
- Assunzione incondizionata di parte del rischio del progetto

Tra le figure di Venture capital e Business Angel ci sono sostanziali differenze: i Business Angel sono individui o gruppi che investono propri soldi e nella fase di lancio delle start up invece i Venture Capital attendono alcuni anni di crescita e utilizzano fondi non propri.

### 3.5. Venture Capitalist

Il **Venture Capitalist** è un mezzo di finanziamento generalmente utilizzato per sostenere grandi imprese oppure piccole imprese con un potenziale di crescita molto elevato. Le loro risorse finanziarie possono provenire da una varietà di fonti: fondi pensione privati e pubblici, fondi di investimento, fondazioni, enti e individui facoltosi da tutto il mondo.

I manager delle venture capital sono uomini d'affari che operano professionalmente investendo denaro di altre persone assumendosi la responsabilità e rischi delle operazioni.

Le società che possono ottenere i finanziamenti da parte di investitori di rischio sono quelli che operano in settori quali ad esempio comunicazione, multimedialità e biotecnologia.

Cosa dovresti sapere sui venture capitalist:

- Non investono in start-up a meno che non ci sia una combinazione ideale di opportunità di prodotto  
- opportunità di mercato - esperienza manageriale;





- Cercano aziende che ritengono possano crescere in modo significativo in pochi anni. (Sono consapevoli che non tutte le aziende saranno redditizie per cui necessitano di quelle vincenti per coprire altre eventualmente in perdite).
- Si concentrano su nuovi prodotti e mercati in cui le vendite dovrebbero crescere esponenzialmente in un breve periodo di tempo.
- Cercano di lavorare con team che hanno avuto a che fare con imprese di successo in passato.

Statisticamente solo l'1% delle aziende vengono supportate da questo tipo di investimenti.

### 3.6. Crediti commerciali

Le banche, tra i soggetti menzionati, sono quelle meno disposte ad investire o prestare denaro per avviare un'impresa. Tuttavia, sono le più comuni fonti di finanziamento per le piccole imprese. Un'attività già sul mercato per diversi anni riesce a dimostrare una certa stabilità e garanzia. Gli istituti di credito possono prestare piccole somme sulla base dei bilanci passati e sui crediti vantati dall'azienda analizzata.

Seguendo un calcolo specifico basato su uno storico e su elementi di bilancio, la banca determina quanto la società può prendere in prestito.

Gran parte delle piccole imprese sono finanziate da prestiti bancari basati sulla capacità economica dell'imprenditore che rappresentano una garanzia (soprattutto di carattere immobiliare).

Pertanto, di fatto, il capitale proprio diventa la più importante fonte di finanziamento per le piccole e medie imprese.

### 3.7. Bandi specifici di finanziamento

A livello dell'UE, in ogni Stato membro, esistono programmi di finanziamento non rimborsabili sia per le start-up, sia per le aziende che intendono svilupparsi e crescere. Questo tipo di strada può rivelarsi una grande opportunità per finanziare la tua attività.





Ottenere tale finanziamento richiede concorrere in maniera molto forte con altre domande ugualmente promettenti. E' ovvio che chiunque preferirebbe un finanziamento non rimborsabile, soprattutto per nuove aziende impegnate nelle prime fasi dell'attività. Per queste ragioni e molte altre di carattere burocratico ottenere tali fondi non è facile.

Cosa fare per accedere ai fondi di un programma o bando europeo:

- Informarsi sui programmi esistenti e scegli la categoria giusta per la tua attività
- Studiare i criteri di ammissibilità, la documentazione da preparare, le scadenze, le condizioni per ottenere il finanziamento e i criteri di valutazione del progetto
- Redigere la documentazione richiesta e presentare il progetto
- Attesa dei risultati monitorando costantemente la propria posta e i siti istituzionali di riferimento.

### 3.8. Crowdfunding

Il crowdfunding è un metodo di finanziamento aziendale recentemente molto utilizzato che prevede un'opera di persuasione delle persone ad investire nella tua attività attraverso una partnership. Questo metodo sfrutta piattaforme web appositamente create e ha contribuito a finanziare molte start-up negli ultimi anni. Questa tipologia sta risultando abbastanza efficace soprattutto per giovani imprenditori a corto di risorse finanziarie.

Bisogna fare attenzione a non credere che crowdfunding porti ricchezze in un batter d'occhio.

Per ottenere risorse è necessario sempre disporre di un solido business plan in grado di convincere le persone a investire nella tua idea o progetto aziendale.





Ciò detto va da sè che sarà fondamentale, prima di presentarsi sul mercato, aver redatto un chiaro e realistico business plan.



## 4. BASI DEL MARKETING E DEL SEM

### 4.1 Prime basi del Marketing

L'American Marketing Association (AMA) definisce il marketing come "un insieme di processi utili alla creazione, la comunicazione e l'assegnazione di valore ai clienti; quelle azioni valide per la gestione delle relazioni con i clienti in grado di far ottenere dei vantaggi sia all'organizzazione che ai suoi stakeholder".

Più in generale, il marketing è "la scienza o l'arte di convincere i clienti ad acquistare".

Detto ciò, il marketing di tipo tradizionale non è più efficace come lo era qualche anno fa, in quanto il modo con cui le persone effettuano gli acquisti è cambiato, complice soprattutto il tempo che trascorrono online.

Il marketing è sempre stato lo strumento che consentiva l'azienda di connettersi con il pubblico al posto e al momento giusto. Ciò significa che oggi un'azienda deve essere in contatto con il proprio pubblico finale esattamente dove questo trascorre la maggior parte del tempo.

Il search engine marketing (SEM) può fornire molte opportunità per promuovere un determinato acquisto.

La pubblicità tradizionale trasmette un messaggio a tutti, mentre il search engine marketing si rivolge ad un gruppo molto specifico di persone; utenti che sono in modo attivo e costante alla ricerca di un determinato prodotto o servizio.



## 1.2. Cos'è il SEM?

SEM è l'acronimo di Search Engine Marketing o internet marketing. Rappresenta una tecnica di marketing che permette l'inserimento efficace di annunci pubblicitari nelle pagine web facilmente raggiungibili tramite i motori di ricerca grazie all'uso di parole chiave utilizzate dagli utenti.

Con i media tradizionali, il tuo annuncio appare se lo paghi ma non hai la certezza che questo verrà mai visto dagli utenti che vorresti intercettare.

A differenza del marketing tradizionale, un'azione di marketing svolta attraverso i motori di ricerca si rivolge alle persone realmente interessate al prodotto come il tuo.

SEM quindi è una forma molto efficace di pubblicità in quanto gli utenti che cercano informazioni attraverso i motori di ricerca dichiarano i loro interessi. Ciò consente alle aziende di fare offerte basandosi sulle parole chiave che compongono queste ricerche.

Usato correttamente, SEM è un modo utilissimo per acquisire visitatori del sito Web e convertirli in potenziale acquirenti, in questo modo si raggiungerebbero i potenziali clienti senza investire ingenti somme di denaro per generare notorietà del brand con un buon risultato in termini di ROAS (ritorno sulla spesa pubblicitaria).

Oltre ai vantaggi sottolineati bisogna ricordare che il pagamento si basa solo in caso di clic sugli annunci per cui se non c'è nessuno clic su di esso, non ci sono addebiti (Pay Per Click).

Un aspetto importante dell'ottimizzazione dei motori di ricerca è che aiuta sia gli utenti sia l'organizzazione mettere in luce le informazioni più utili e pertinenti.



### 1.3. Come funziona una campagna SEM?

L'Esecuzione di una campagna SEM-focused richiede ricerche di mercato preliminari, la scelta delle parole chiave giuste e la scrittura di un messaggio breve, preciso ma avvincente. Ogni sistema SEM funziona sulla base di un'asta. Se hai deciso di partecipare a tale asta, deve tenere conto di altri fattori, oltre al prezzo. La pagina dei risultati contiene inserzioni organiche, cioè gratuite e a pagamento. I motori di ricerca possono limitare lo spazio per gli annunci a pagamento che possono apparire su una pagina.

Gli inserzionisti partecipano al concorso (asta) per gli slot disponibili. Gli annunci vincenti ottengono una collocazione migliore. Come funziona questa asta? Come qualsiasi altra asta. Fai un'offerta che determina connessa alle tue capacità economiche ma non solo anche nella pertinenza dell'annuncio. In altre parole un'offerta viene vinta quando si ha una proposta competitiva e una maggiore rilevanza.

Le offerte dei concorrenti possono cambiare in qualsiasi momento, quindi tenere traccia dei risultati ottimali è molto importante.

La pertinenza viene misurata su una scala da 1 a 10 ed è data dalla corrispondenza tra il tuo annuncio e le ricerche delle persone. Pertanto, ogni annuncio riceve un punteggio sulla qualità in base la pertinenza.

Due concorrenti con la stessa proposta quindi, quella con il punteggio di qualità più alto otterrà la precedenza.

Il concetto della pertinenza non deve essere tralasciato quand'anche un'offerta economica è alta, infatti se il punteggio di pertinenza è basso, l'annuncio potrebbe non essere mostrato.

In generale la cosa che si deve sapere è che il marketing online si basa su parole / frasi chiave.

Ma come fai a conoscere il valore delle tue parole chiave prima di iniziare la tua campagna? Prima di tutto, le parole chiave devono essere pertinenti, dovrebbero descrivere da vicino la tua attività / servizi commerciali. Una buona indicazione viene data dal calcolo di traffico che una parola chiave può ottenere. Ci sono anche strumenti d'analisi e stime del traffico per parola chiave ma in fondo la scelta giusta si determina con prove e tentativi.





## 1.4. Come realizzare una campagna efficace SEM?

Quando esegui una ricerca online, molti degli annunci nella pagina dei risultati sembrano molto simili. È molto facile per il tuo annuncio per perdersi in un tale contesto. È tempo di creare qualcosa di unico che possa differenziarsi tu dalla tua concorrenza.

Di seguito alcuni esempi che ti possono guidare:

- Enfatizza la rilevanza. Scrivi il titolo dell'annuncio in modo che corrisponde alle ricerche delle persone. Ricerca per parole chiave pertinenti e utilizzale nel tuo annuncio.
- Fai risaltare la tua offerta. Puoi farlo aggiungendo qualcosa che attrae l'attenzione del cliente, ad esempio uno sconto del 25% sul primo acquisto dal tuo sito web, nella prima riga.
- Il tuo annuncio dovrebbe contenere un invito ad agire (studi di psicologia dimostrano che le persone reagiscono positivamente a tali inviti all'azione specifici). Esempio: "Acquista ora!", "Prenota ora!" o anche meglio: "Visita il nostro negozio online!" e così via. Questa chiamata dovrebbe apparire nella 2° riga.



*Tieni a mente!*

- *Creare un titolo che corrisponda alle ricerche*
- *Includi un'offerta speciale*
- *Scrivi un invito ad agire in modo convincente*
- *Scrivere annunci efficaci è un processo continuo, come ad esempio la ricerca di parole chiave o il monitoraggio dei prezzi.*



## 5. ESEMPI DI BUSINESS ONLINE

Una volta che hai deciso il tuo stile di vita e il motivo per cui dovresti avviare un'attività online, è tempo di analizzare alcuni modelli di business in modo da consentirti di decidere quale intraprendere.

### 5.1. Blogger professionisti

- Curva di apprendimento: bassa
- Intervallo di profitto: 6 mesi
- Potenziale di reddito: USD 10.000 + all'anno
- Costi di avviamento: USD 100+
- Tempo richiesto: basso
- Passivo : No

Il tuo guadagno può provenire da una serie di fonti, come la promozione dei prodotti di altre aziende e servizi, vendita di spazi pubblicitari, creazione e vendita di propri prodotti digitali.

Per essere un blogger professionista è necessario pochissimo investimento iniziale - servirà un computer, una connessione Internet, un sito Web (gratuito o a pagamento) e la capacità di scrivere in modo coinvolgente. Puoi anche gestire questo tipo di attività da qualsiasi luogo nel mondo, che è esattamente ciò che fanno in molti "nomadi digitali".

Il tuo potenziale di guadagno come blogger è quasi illimitato, ma ci vuole tempo per costruire il pubblico e le entrate. Detto questo, i blogger professionisti più prolifici guadagnano tra \$ 10.000 e \$ 100.000 al mese.





## 5.2. Creatore di prodotti digitali

- Curva di apprendimento: media
- Intervallo di profitto: 3 mesi
- Potenziale di reddito: USD 1 000 000 + all'anno
- Costi di avviamento: USD 500+
- Tempo richiesto: alto
- Passivo: Sì

La creazione di prodotti digitali è il processo di creazione di prodotti non fisici che i clienti possono scaricare dal tuo sito. Per molti anni, l'unico tipo di prodotto digitale venduto online è stato l'e-book, ma ora i prodotti possono includere tutorial video, software, app per smartphone, modelli digitali, Kindle, tutorial audio, foto d'archivio, tracce audio o qualsiasi altro tipo di contenuto che può essere prodotto in formato digitale.

Questi tipi di prodotti possono essere creati rapidamente e ad un livello molto basso di costo.

I prodotti digitali possono creare flussi di reddito sostanzialmente in modo "passivo" per qualsiasi imprenditore digitale in erba, con potenziale di reddito quasi illimitato. Ciò accade soprattutto se si crea il prodotto giusto per il giusto mercato.

I prodotti digitali ti consentono di risolvere i problemi di altre persone comodamente da casa tua e ricevono le risposte alle loro domande speciali quasi immediatamente e in un formato riconosciuto o riconoscibile dal proprio computer di casa o proprio smartphone.







Il primo passo per creare un prodotto digitale di successo è quello di ricercare il mercato in anticipo.

Concentrati sulla qualità piuttosto che sulla quantità e tieni sempre a mente che è fondamentale rispondere alle domande anche scomode che eventualmente ti verranno rivolte sull'argomento .

Quando il prodotto digitale è pronto, hai la possibilità di venderlo direttamente dal tuo sito oppure tramite un marketplace digitale come ClickBank o Udemy. Ci sono pro e contro per ognuno di essi, ma i principianti è opportuno che si avvalgano di marketplace esterni. Questo può far risparmiare tempo e denaro soprattutto nei primi tempi del tuo business dei prodotti digitali.

Segnaliamo che Udemy è appositamente progettato per coloro che sono interessati a creare tutorial video.

### 5.3. YouTube Creator

- Curva di apprendimento: bassa
- Intervallo di profitto: 1 mese
- Potenziale di guadagno: \$ 1 000 + / mese
- Costi di avviamento: USD 0+
- Tempo richiesto: Medio
- Passivo : No

Il Programma partner di YouTube ti consente di registrare video, caricarli su YouTube e quindi essere pagati quando le persone li guardano.

Tutto ciò di cui hai bisogno è uno smartphone o un laptop e una webcam per iniziare. Puoi iniziare a fare soldi quasi istantaneamente, e non dovrai mai preoccuparti di configurare una pagina web o di creare un elenco clienti.





YouTube paga i suoi migliori creatori di video milioni di dollari ogni anno, quindi potresti sicuramente provare tale attività se è possibile creare contenuti interessanti.

Non tutti i video di YouTube che vedi su Internet porteranno questo tipo di guadagni. Persone che guadagnare un sacco di soldi si sono dedicati a realizzare video che suscitano interesse e generare azioni sui social media. Nell'industria musicale ci sono casi in cui una persona pubblica un video online e il numero di visualizzazioni esplose semplicemente.

Gli annunci vengono visualizzati su YouTube prima dell'inizio o della fine del video, con un tempo di visualizzazione minimo per quelli che vogliono guardare un video.

Gli sponsor finanziano YouTube per mostrare i loro annunci e ogni volta che fai clic su un annuncio di YouTube, ottieni pagato. Quando ti iscrivi al Programma di partnership di YouTube riceverai parte di questi soldi, circa il 55%. Ciò significa che puoi iniziare subito a fare soldi

Puoi anche ottenere profitti attraverso il marketing di affiliazione, il che significa che puoi recensire i prodotti e condividerli con altri attraverso dei video.

Ci sono migliaia di persone in tutto il mondo che vogliono vedere come funziona un prodotto prima che lo comprano. Puoi trarne vantaggio creando un video che mostra come quel prodotto funziona. Questo è uno dei modi più semplici per iniziare in questo campo. Basta trovare un prodotto su cui ti piace parlare.

Sul tuo video verranno visualizzate inserzioni su cui le persone possono fare clic per saperne di più e potrai aumentare le tue entrate quando le persone cliccano su di esse.

Più video produci, più è probabile che uno di loro diventi virale. La dedizione anche in questo ambito consente di dare riscontri di guadagno.



## 5.4. Il modello di business di Amazon FBA

- Curva di apprendimento: media
- Intervallo di profitto: 4 mesi
- Potenziale di reddito: USD 10.000 + al mese
- Costi di avviamento: USD 1,000+
- Tempo richiesto: medio
- Passivo : No

Il modello di business Logistica di Amazon (Fulfillment by Amazon) è quello con cui puoi avere una gamma di prodotti presentati su Amazon e comprendere attività quali l' imballaggio, trasporto e servizi aggiuntivi.

Invece di dover creare il proprio sito di e-commerce è possibile utilizzare il potere di vendita di Amazon un brand conosciutissimo e ritenuto affidabile.

Ecco alcuni suggerimenti per ottenere il massimo dalla tua attività di Logistica tramite Amazon:

- Crea un negozio specializzato per un singolo tipo di prodotto, ad esempio giocattoli, elettronica o altro  
Evita la creazione di un negozio con una vasta gamma di articoli.
- Se hai prodotti realizzati all'estero, il trucco è analizzare ciò che viene già venduto e soddisfare tale richiesta
- I prodotti unici vendono molto più velocemente e in volumi maggiori rispetto ai prodotti che puoi trovare in un negozio locale o qualsiasi altro negozio online.
- Condurre uno studio di mercato quando si escogitano idee per i propri prodotti.





- Ordina campioni da diversi produttori, fino a quando non ne trovi uno che ti dà esattamente il prodotto a cui hai pensato.
- Considera il 10% in più di scorte di quanto presumi possa servire per coprire la spedizione internazionale
- Concentrati solo sulla promozione del tuo prodotto non appena l' inserzione è attiva , per le altre fasi se ne occuperà Amazon.

## 5.5. Marketing di affiliazione

Curva di apprendimento: bassa

Intervallo di profitto: 3 mesi Amazon / 1 + altri tipi

Potenziale di reddito: USD 10.000 + al mese

Costi di avviamento: USD 100+

Requisiti di tempo: basso (Amazon) / media di altri tipi

Passivo: Sì

Il marketing di affiliazione è fondamentalmente il processo di guadagnare una commissione promuovendo qualcuno prodotto di altri.

Ci sono due modi principali per fare marketing di affiliazione Prodotti informativi. Promuovere prodotti come e-book, siti di appartenenza, video serie, ecc. Questo tipo di marketing di affiliazione può portarti una commissione fino al 50%, ha barriere di giunzione relativamente basse ed è facile trovare prodotti per la promozione.





Partner Amazon. Ci sono milioni di prodotti tra cui scegliere e può essere piuttosto un'attività redditizia. Per ulteriori informazioni, consulta il Programma di affiliazione Amazon

Prima di impegnarsi nel marketing di affiliazione, è una buona idea acquisire il MINIMO SEO e capacità di scrittura (guida per principianti SEO)

Il programma di affiliazione Amazon è una piattaforma di marketing di affiliazione progettata per gli editori online alla ricerca di modi per generare entrate dai loro siti web.

Aderendo all'Amazon Associate Program, ti viene offerta una serie di strumenti che ti consentono di creare link a qualsiasi prodotto su Amazon. Quando i visitatori del tuo sito web fanno clic sui link, vengono inviati direttamente ad Amazon e se effettuano un acquisto guadagni una commissione.

Hai bisogno di un sito web attivo per fare domanda per diventare un associato Amazon e c'è un'approvazione in modo che la tua accettazione non sia garantita fin dall'inizio.

Costruire un'attività di marketing di Amazon Associate richiede pochissime competenze tecniche e può generare notevoli quantità di denaro.

Come partner Amazon, puoi connetterti a qualsiasi prodotto presentato su Amazon e guadagnare un commissione (spese di spedizione) tra il 4% e l'8%, a seconda del tipo di prodotti che promuovi.

Ogni commissione guadagnata viene quindi aggiunta al saldo del tuo account, che ti viene pagato ogni 90 giorni, tramite assegno o depositando direttamente il denaro sul tuo conto bancario.



## 5.6. Modello di business dell'E-commerce

Esperienza necessaria: Media

Costi di avviamento: Media (USD 1,500+)

Costi mantenuti: media

Investimento di tempo: Ambiente

Redditività: Media (possibilmente passiva)

Il modello di business online è basato sulla vendita di uno dei tre seguenti prodotti:

- prodotti fisici: vestiti, scarpe, libri, materiale elettrico e quant'altro possa essere fisicamente toccato;
- prodotti digitali: software, e-book, musica digitale, istruzione e formazione digitale
- dropshipping: è una forma sempre più diffusa di e-commerce che solitamente coinvolge il vendita di prodotti fisici, ma per i quali non si dispone mai di scorte o non è necessario adempiere al ordine.

Il dropshipping e il marketing di affiliazione stanno rendendo sempre più difficile il successo a causa di alta concorrenza e saturazione del mercato. Ma rimane un'opzione popolare perché la start-up i costi (sia denaro che tempo) sono bassi rispetto alle altre due opzioni. Perché non lo fai possedere il titolo, ci sono meno rischi e costi.



## BIBLIOGRAFIA

1. <https://articles.bplans.com/how-to-write-a-business-plan/>
2. <https://articles.bplans.com/reasons-business-plans-are-important/>
3. <https://entreprenoria.com/category/startups/business-plans/>
4. <https://www.entrepreneur.com/article/247575>
5. <https://www.entrepreneur.com/article/38308>
6. <https://www.entrepreneur.com/article/312935>
7. <https://www.plandefacere.ro/cum-sa/cum-sa-finantezi-o-afacere/>
8. <https://www.plandefacere.ro/cum-sa/cum-sa-scrii-un-plan-de-afacere/diferentele-dintre-unmodel-de-afacere-si-un-plan-de-afacere/>
9. <https://www.servhost.ro/finantare-afacere/>
10. <https://www.smartbill.ro/blog/ingerii-investitori/>
11. <https://www.startupcafe.ro/marketing/sem-search-engine-marketing.htm>
12. <https://learndigital.withgoogle.com/atelieruldigital/course/digital-marketing/lesson/55#!#%2F>
13. <https://support.google.com/google-ads/answer/1722122?hl=ro>
14. <https://support.google.com/google-ads/answer/2404196>
15. [https://media.rs.ro/filemanagerraport/IdeideAfaceri/Raport\\_ideideafaceri.pdf](https://media.rs.ro/filemanagerraport/IdeideAfaceri/Raport_ideideafaceri.pdf)
16. <https://www.servhost.ro/afacere-online/>





17. <https://www.servhost.ro/idei-de-afaceri/>
18. <https://laurahurubaru.com/wp-content/uploads/2019/11/Signature-Quest-Guide-StrategyCall.pdf>
19. <https://afaceri.net/idei-afaceri/>
20. <https://websitesetup.org/online-business-ideas/>
21. <https://pickandkeep.com/idei-de-bloguri-profitabile/>
22. <https://www.dananicoledesigns.com/types-of-blogs-that-make-money/>
23. <https://transferwise.com/ro/blog/idei-de-afaceri-online#4-magazin-online>
24. <https://transferwise.com/ro/blog/idei-de-afaceri-online#2-cont-pe-platforme-de-freelancing>

Images:

25. <https://unsplash.com/s>
26. <https://pixabay.com/>