



Best Practice Toolkit

“Approaches to Adult Enterprise Education for Seniors”

INTRODUZIONE: ALLEGATO 1

“Suggerimenti per l’individuazione di una business idea”

La Business Idea

Tra gli elementi che spesso concorrono a determinare un'idea di business ci sono, ovviamente, le proprie esperienze lavorative pregresse e la conoscenza di un determinato settore.

Nel caso in cui non si abbia ancora una precisa idea di business da sviluppare, perché vaga o ancora in fase embrionale, si può trarre una certa utilità dai seguenti 5 suggerimenti:

1. Analizzare e ripercorrere la storia delle imprese di successo.

Dietro le storie delle imprese di successo sono presenti elementi comuni che rendono valida la loro formula imprenditoriale, di qualunque impresa si tratti, dal successo editoriale di un libro all'enoteca online.

L'individuazione sistematica di questi elementi è un ottimo esercizio per assimilare l'importanza della formula imprenditoriale e per individuare settori promettenti che altrimenti potrebbero sfuggire. E' importante ricordare che dietro ogni iniziativa di successo c'è sempre, contemporaneamente, il soddisfacimento del bisogno di un segmento di mercato, una struttura adeguata, intesa anche in termini di risorse finanziarie, e un prodotto in grado di soddisfare tale bisogno.

Il segreto è tutto (!) qua.

2. Innovare o imitare iniziative già esistenti.

Non si deve pensare che un'idea di successo debba necessariamente essere rivoluzionaria o originale. Sono tantissime le imprese che, non introducendo particolari elementi di innovazione, hanno, invece, basato il loro successo sulla loro capacità di imitare.

Certo queste ultime hanno goduto di un grande vantaggio, soprattutto all'inizio e, per lungo tempo, hanno potuto essere leader del mercato hi-fi "consumer", a riprova che, essere innovativi costituisce, comunque, una marcia in più.

L'innovazione va, comunque, ben guidata.

Infatti, innovare non è sufficiente per garantirsi il successo duraturo della propria impresa.

Inevitabilmente sopraggiungeranno le imprese imitatrici concorrenti (le cosiddette imprese "me too") che potrebbero riuscire a mettere in difficoltà, riducendo quel vantaggio inizialmente acquisito, magari sfruttando i risparmi per il non aver dovuto fare ricerca o semplicemente sfruttando loro economie di scala o un loro consolidato sistema distributivo, o una migliore campagna di comunicazione.

Se si intende rimanere leader di un dato settore connotato da una forte presenza di innovazione, occorre continuamente introdurre innovazioni e cambiamenti.

3. Analizzate meglio i vostri interessi e lasciatevi ispirare.

Conoscere un determinato settore per esperienza diretta consolidata attraverso lavoro, hobbies ed interessi personali, permette di essere introdotti in determinati ambienti e contesti e di conoscere i bisogni, spesso inespressi o, comunque, insoddisfatti di un particolare settore.

Le abilità tecniche in comunione con le competenze trasversali acquisite e sviluppate nel tempo nonché doti di personali che fanno appello alla creatività e all'ispirazione, il circondarsi di validi supporti di collaborazione o compartecipazione conteranno in maniera sensibile per l'impianto dell'idea di business.

4. Monitorare di continuo le opportunità offerte dall'evoluzione scientifica, tecnologica, demografica, sociale, ambientale.

Molti sono coloro che intravedono subito delle opportunità di business in settori molto lontani dai propri, ambiti magari inerenti ad invenzioni tecnico-scientifiche.

Però trasformare le scoperte scientifiche in innovativi business è spesso difficile e richiede tempi lunghi che sono difficilmente pianificabili e, soprattutto, e poco prevedibili.

Solitamente dopo un periodo in cui tutti sembrano parlare di novità prossime a venire, ma in cui nulla accade, improvvisamente tante aziende si presentano sul mercato per sfruttare la nuova tecnologia.

Generalmente dopo questo iniziale periodo di grande fermento, segue una fase di assestamento in cui molte aziende chiudono e sopravvivono solo in poche.

Queste ultime sono spesso aziende che riescono ad abbattere i costi grazie ad economie di scala, e dunque aziende di grandi dimensioni che non sono state tra le primissime, in ordine cronologico, a presentarsi sul mercato, magari per l'inerzia legata al minore dinamismo tipico delle grosse multinazionali, ma che riescono a trarre il massimo vantaggio derivante dalle loro dimensioni.

Così le imprese che intendono entrare sul mercato, successivamente dovranno fare i conti con una concorrenza schiacciante poiché già consolidata e potente.

Le idee innovative basate sulla tecnologia (*technology push*), inoltre, corrono un altro rischio, cioè quello di non essere accolte dal mercato e di non avere successo.

Avviene spesso, che gli imprenditori di matrice tecnica tendono a innamorarsi dei loro prodotti, perfezionandoli dal punto di vista tecnico, dando per scontata l'accettazione da parte del mercato.

Inoltre, se da una parte le innovazioni basate sulla tecnologia possono non incontrare il gradimento del mercato portando a pericolose sopravvalutazioni, dall'altra parte, può accadere che certe innovazioni vengano sottovalutate, fatto altrettanto pericoloso perché finisce con il creare una serie di concorrenti inizialmente non previsti.

Anche l'evoluzione demografica e le sue tendenze possono offrire spunti per idee innovative di business, ed essendo guidate dal mercato (*demand pull*) e non dalla mera tecnologia, tendono ad essere considerate innovazioni meno a rischio di quelle *technology push*.

Tanti gli aspetti demografici qualitativi e quantitativi che possono essere presi in esame: dall'ampiezza della popolazione nelle diverse fasce d'età ai livelli di istruzione, reddito e occupazione. Questi aspetti spesso hanno tempi relativamente rapidi, ma riescono a spiegare i effetti anche molto in là nel tempo, i meccanismi legati ad incrementi delle nascite che influenzeranno le abitudini di un paese negli anni a venire, in relazione alle fasce d'età.

Inoltre può accadere che una fascia d'età prevalente in un dato periodo possa influenzare i comportamenti d'acquisto di altre categorie.

Possono essere di notevole importanza anche gli effetti dovuti a cambiamenti sociali e culturali non prevedibili, legati ad avvenimenti particolarmente rilevanti di tipo ambientale (Chernobil e "mucca pazza") o alle tendenze verso stili di vita nuovi che influenzano anche molti aspetti della spesa quotidiana (cibi biologici, commercio equo e solidale).

Si pensi ad esempio alle tendenze sociali derivanti dallo status di "single" derivante anche dall'indice sempre più elevato di separazioni e divorzi rispetto ad alcuni anni fa ha influenzato il mercato portando i punti vendita a riempirsi di confezioni monodose dei più disparati prodotti.

Se si considera l'ambiente inteso come macro-ambiente, ciò che per molti può essere sembrato un chiaro depauperamento, per altri si è trasformato in un grosso business.

Ciò accade, ad esempio per il mercato delle acque minerali, dei dissalatori, delle aziende che si occupano di riciclaggio o di dispositivi per la produzione di energia alternativa.

L'aumento del costo di una materia prima può determinare nuove opportunità di business in mercati di materiali che magari fino a pochi anni prima apparivano poco interessanti.

5. Individuare i cosiddetti "anelli di business mancanti".

Gli anelli mancanti sono quegli elementi la cui assenza fa sì che nella vita di tutti i giorni si determinino piccoli o grandi inconvenienti, determinanti uno stato di insoddisfazione, spesso inespresa. Spesso un buon business è quello di creare l'anello mancante, un modo di facilitare l'utilizzo di un prodotto dalle grandi potenzialità e forse ostico nell'utilizzo a molti.

E spesso una buona idea può scaturire dall'osservazione dell'uso di altri prodotti in tutt'altro settore o in tutti i casi in cui vengono svolte fasi produttive a livello artigianale ed altre che necessariamente devono svolgersi a livello artigianale.

A volte sembra che non si riesca a trovare vie d'uscita rispetto ad un problema, spesso attribuendone i motivi a questioni meramente tecnologiche, laddove invece la soluzione può trovarsi nel ripensare e guardare da diverse angolazioni gli aspetti dell'idea di business.

Per individuare gli anelli mancanti, un altro sistema è quello di analizzare bisogni, comportamenti d'acquisto e di utilizzo da parte dei consumatori, parlando con gli utilizzatori e interrogandoli su pregi e difetti di un dato bene utilizzato.

E ciò vuol dire interrogare anche se stessi e i propri familiari ed amici!

Tutte queste sopra descritte sono alcune delle fonti dirette di opportunità tecnologica.

Ma molto spesso può accadere che una formula imprenditoriale innovativa venga messa a punto in modo indiretto, ad esempio rilevando tendenze e fenomeni che non rappresentano di per sé motivo di cambiamenti in atto, ma ne sono il sintomo.

Riuscire ad interpretare prima degli altri tali segnali, spesso indotti da fatti imprevisti, quali il successo o l'insuccesso inattesi di un dato prodotto o servizio, può fornire buone opportunità di business.