

Anno
scola

BUSINESS PLAN PIANO D'IMPRESA PER START-UP VERSO IL FUTURO SoSoccorso

Irena Curumi, Vittoria Cavazzoni, Matilde Zacchi,
Maram Habchi

ITCS GAETANO SALVEMINI
Anno scolastico 2017/2018



BUSINESS PLAN

PIANO D'IMPRESA

PER START-UP

CAPITOLO 1

L'IDEA D'IMPRESA

Il progetto imprenditoriale
I soggetti proponenti
Il prodotto/servizio
Il target

CAPITOLO 2

L'AMBIENTE COMPETITIVO

L'analisi del mercato
Il mercato di riferimento
Punti di forza e punti di debolezza

CAPITOLO 3

LE STRATEGIE

Strategie di prezzo
Strategie di promozione
Strategie di distribuzione

CAPITOLO 4

L'AZIENDA

Fornitori e partner
Gli investimenti
La forma giuridica

**CAPITOLO
5**

CONTRIBUTI e AGEVOLAZIONI

Contributi e agevolazioni in ambito europeo, nazionale e regionale

**CAPITOLO
6**

**VALUTAZIONE COMPLESSIVA del
PROGETTO**

Valutazione del rischio complessivo del progetto

*"IL FUTURO APPARTIENE A
COLORO CHE CREDONO NELLA
BELLEZZA DEI SOGNI."*

Eleanor Roosevelt



L'IDEA D'IMPRESA

IL PROGETTO IMPRENDITORIALE

DENOMINAZIONE: SoSoccorso

DESCRIZIONE: App innovativa che permette di rendere efficace la gestione delle chiamate di soccorso tramite l'invio automatico della posizione del luogo in cui si trova il soggetto che ha effettuato la chiamata d'emergenza. L'app sarà collegata con i sistemi operativi dei diversi servizi di emergenza, i quali potranno ricevere le informazioni riguardanti il luogo, in quanto il soggetto interessato potrebbe trovarsi impossibilitato a fornire informazioni (luogo sconosciuto, aggressione, furto...). L'interfaccia dell'app è stata progettata in modo tale da essere intuitiva, basterà effettuare doppio clic sull'icona desiderata tra le seguenti opzioni:

- Ambulanza;
- Carabinieri;
- Vigili del fuoco;
- Donne (sezione dedicata alle donne che subiscono atti di molestia).

Per prevenire alle false segnalazioni, il primo accesso all'app richiede le seguenti informazioni:

- Nome;
- Cognome;
- Codice fiscale.

Inoltre, al di sotto dell'interfaccia sarà specificata tramite nota da spuntare la clausola penale, l'aggiunta di tale clausola nasce dall'esigenza di prevenire le false segnalazioni.

SOGGETTI PROPONENTI

COGNOME E NOME	Curumi Irena
DATI PERSONALI	06/08/1999
RUOLO NELLA START-UP	Socio

COGNOME E NOME	Cavazzoni Vittoria
DATI PERSONALI	17/02/1999
RUOLO NELLA START-UP	Socio

COGNOME E NOME	Zacchi Matilde
DATI PERSONALI	06/03/1999
RUOLO NELLA START-UP	Socio

COGNOME E NOME	Habchi Maram
DATI PERSONALI	18/11/1999
RUOLO NELLA START-UP	Socio

IL PRODOTTO/SERVIZIO



IL TARGET

Il mercato obiettivo è formato da tutti coloro che si trovano in situazione di pericolo.

L'AMBIENTE COMPETITIVO

ANALISI DI MERCATO

Per sviluppare questo punto si deve tener conto di tre fattori:

a) Ricerca della concorrenza

Da un'attenta analisi del mercato risultano, tra le altre, le seguenti app analoghe:

- WHERE ARE U: tramite l'utilizzo della suddetta app è possibile chiamare con facilità il 112;
- ICE CONTACT: app destinata agli appassionati di trekking (l'utilità si può ricondurre alla necessità di localizzare l'area del percorso in cui ci si trova);
- GO! SAFE: l'app permette di mandare un messaggio predefinito a determinati numeri in caso di pericolo;
- CIRCLE OF 6: l'app permette di predefinire sei numeri, il cui accesso è facilitato in caso di pericolo;
- SIAMO SICURE!: app destinata all'uso esclusivo delle donne, in caso di pericolo è possibile mandare un messaggio, la posizione o effettuare una chiamata di emergenza alle autorità competenti;
- WATCH OVER ME o bSAFE: l'utente ha la possibilità di selezionare dei contatti presenti in rubrica, i quali hanno l'accesso agli spostamenti effettuati dal soggetto (tramite GPS);
- SMARTWATCHER: è possibile inviare messaggi di allerta tramite un solo tocco.

b) Target audience

Principalmente quest'app è dedicata alle seguenti persone:

- ✓ Giovani neopatentati: la mancata conoscenza delle strade risulta essere una problematica evidente in caso di necessità di segnalazione del luogo in cui si è verificato l'incidente;
- ✓ Anziani: in quanto componenti "deboli" della società hanno la necessità di avere una maggiore tutela in caso di pericolo, tale richiesta è soddisfatta dall'app la quale risulta essere intuitiva (questa tutela permette di dare serenità ai parenti e affini dei suddetti anziani);
- ✓ Chi percorre lunghe distanze ogni giorno per lavoro o altro (es. rappresentanti).

c) Richieste di mercato

La popolazione italiana principalmente dalle app cerca queste caratteristiche:

- Qualità grafica e del servizio offerto ottima;
- Intuitività della grafica;
- Rapidità nell'utilizzo;
- Assenza della pubblicità;
- Gratuità del servizio.

IL MERCATO DI RIFERIMENTO

"Appannie" ha fatto una ricerca dalla quale risulta che nell'anno 2017 sono state scaricate 90.000 applicazioni (tramite per esempio "Google Play Store" e "App Store").

Da questa ricerca risulta in oltre che tutte queste app sono state usate per 1.000 miliardi di ore.

Dallo studio è emersa la progressiva crescita del mercato delle applicazioni, tale prerogativa non risulta essere negativa in quanto è presente poca concorrenza poiché le app si diversificano molto le une dalle altre; l'unico termine di paragone che si può trovare in ambito di concorrenza è che alcune app sono a pagamento e altre no, ma quelle a pagamento risultano essere comprate solo dagli affezionati e da chi ne necessita.

PUNTI DI FORZA E PUNTI DI DEBOLEZZA DELL'APP

Per confrontare punti di forza e di debolezza bisogna analizzare i seguenti punti:

- Costo della produzione;
- Prezzo di vendita;
- Qualità del prodotto offerto;
- Immagine del prodotto offerto;
- Efficienza del canale distributivo;
- Fidelizzazione dei clienti;
- Capacità di sviluppare l'app nel tempo (aggiornamenti riguardanti eventuali problematiche).

STRATEGIA

STRATEGIE DI PREZZO

In base al fine mutualistico perseguito il download e utilizzo dell'app è completamente gratuito, di conseguenza non saranno applicabili strategie di prezzo in assenza di quest'ultimo.

STRATEGIE DI PROMOZIONE

Al fine di promuovere il lancio sul mercato dell'app si utilizzeranno i seguenti strumenti di promozione e pubblicità:

- Sito web proprio della start-up.
- Tecniche di promozione SEO.
- Lead generation (raccolta di contatti attraverso campagne PPC e Facebook Adin).
- E-mail marketing.
- Story telling.
- Blog proprio della start-up.
- Volantinaggio presso autoscuole e concessionarie.
- Recensioni blogger.
- Social network (facebook, instagram, twitter, youtube).

STRATEGIE DI DISTRIBUZIONE

Per quanto riguarda l'acquisizione dell'app sarà possibile scaricarla presso i seguenti canali distributivi:

- Windows Phone
- App deals
- App store
- App shopper
- BlackBerry App World
- Google Play
- App shop di Amazon.it

L'AZIENDA

FORNITORI E PARTNER

FORNITORI:

La start-up non è in contatto con alcun fornitore in quanto nella ragione sociale non è inclusa la produzione di beni materiali.

PARTNER:

La start app è intrinsecamente collegata ai seguenti partner:

- Ambulanza
- Carabinieri
- Vigili del fuoco

GLI INVESTIMENTI

La dotazione tecnologica necessaria è preesistente nei partner associati, di conseguenza la start-up non necessita l'acquisto di software aggiuntivi per ricevere le chiamate di emergenza.

LA FORMA GIURIDICA

La forma giuridica scelta è quella dell'associazione non riconosciuta, ovvero un ente costituito da un insieme di persone fisiche o giuridiche legate dal perseguimento di uno scopo comune, il quale consiste nel fornire un servizio di chiamate di soccorso tramite l'invio automatico della posizione del luogo in cui si trova il soggetto che ha effettuato la chiamata d'emergenza.

Nello specifico, la motivazione principale che ha portato alla scelta di questa forma giuridica è stata quella di ricercare un tipo di formazione sociale che permetta la creazione di una start-up no profit. Per questa ragione si è scelto di costituire un'associazione non riconosciuta, in modo tale da ridurre al minimo i costi di costituzione, provenendo essi appunto da donazioni volontarie.

CONTRIBUTI E AGEVOLAZIONI

CONTRIBUTI E AGEVOLAZIONI IN AMBITO EUROPEO, NAZIONALE E REGIONALE

L'associazione si impegna ad utilizzare come unici introiti i finanziamenti devoluti da benefattori che desiderano aiutare la realizzazione del progetto e partecipando a bandi statali e regionali per l'ottenimento di prestiti a fondo perduto devoluti dallo stato.

Il denaro ricavato eventualmente dai contributi verrà quindi utilizzato per ricoprire i costi derivanti dalla realizzazione del progetto, ovvero il compendo spettante all'ingegnere informatico che svilupperà l'applicazione ed eventuali costi di promozione e pubblicità.

VALUTAZIONE COMPLESSIVA DEL PROGETTO

VALUTAZIONE DEL RISCHIO DEL PROGETTO

L'iscrizione iniziale all'app avviene tramite inserimento di dati sensibili, quest'ultimi sono protetti dalla normativa del testo unico sulla privacy decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 Codice in materia di protezione di dati individuali.

CONCLUSIONI

Come descritto nelle pagine precedenti il nostro progetto consiste nella creazione di un app che permette agli utenti di mettersi in contatto con diversi soggetti, tramite la chiamata sarà inviata automaticamente e in tempo reale la posizione del soggetto che ha effettuato la chiamata.

La scelta di questo progetto è nata dall'esigenza di migliorare il sistema assistenziale in Italia, questo miglioramento è reso possibile grazie all'invio della posizione permettendo agli utenti di comunicare quest'ultima pur non sapendo effettivamente quale sia.

Inoltre, si potrebbe verificare una relativa diminuzione delle cosiddette chiamate false grazie all'iscrizione iniziale all'app con l'inserimento dei dati dell'utente e l'accettazione della clausola penale.

RINGRAZIAMENTI

Con la presentazione di questo progetto vorremmo ringraziare il nostro istituto (ITCS GAETANO SALVEMINI) che ci ha permesso di partecipare a questa iniziativa promossa da Ecipar e la banca di Bologna.

Un particolare ringraziamento a tutti i professionisti che ci hanno seguiti in questo in questo lungo percorso “verso il futuro”, i quali ci hanno indirizzato e seguito nella realizzazione di questa start-up, trasmettendoci conoscenze e competenze idonee a mettere le competenze tecniche acquisite al servizio di un’idea di business.