

Business Planning: valutare e comunicare il business

Il Business Plan è uno strumento indispensabile per razionalizzare un'idea imprenditoriale, un progetto di sviluppo o un business futuro, valutandone la sostenibilità economico-finanziaria e il potenziale di mercato. Il valore che il Business Plan è in grado di generare riguarda sia la fattibilità sia la comunicazione a favore di azionisti, management aziendali e finanziatori esterni. La sua redazione è anche uno strumento efficace di diffusione all'interno dell'organizzazione di strategie precise a supporto dell'implementazione.

Il corso si focalizza sull'approccio metodologico e le fasi operative al fine di trasmettere ai partecipanti un modello di riferimento e le competenze per completarlo in ogni sua parte.

Destinatari

Tutti coloro che desiderano apprendere o sistematizzare una metodologia per la stesura di un business plan.

Metodologia Didattica

Il corso prevede una prima parte di formazione tradizionale ed una seconda, preponderante, legata allo sviluppo pratico, mediante la presentazione di un case study, di un business plan (per la parte del piano economico-finanziario-patrimoniale) attraverso l'utilizzo di un modello di riferimento. La dimensione contenuta dell'aula permette un continuo scambio con il docente con la modalità della "consulenza d'aula".

Obiettivi

- Trasmettere le competenze tecniche per procedere alla stesura dei vari piani necessari alla redazione del business plan
- Sensibilizzare sull'utilizzo della tecnica del business plan inteso come strumento a supporto di scelte decisionali strategiche nell'ottica di un'interpretazione previsionale dei dati economici e finanziari
- Fornire una "check list" delle fasi, delle informazioni e dei dati necessari per la redazione di un business plan.

Programma

- Introduzione al business plan: finalità, obiettivi e "check list" per le informazioni utili
- Presentazione di un indice indicativo del Business Plan e breve analisi delle voci principali:
 - storia della società
 - la struttura del management
 - analisi del portafoglio clienti e dei prodotti/servizi

- analisi dell'offerta e della concorrenza (clienti potenziali, clientela obiettivo, concorrenti potenziali ed effettivi)
- SWOT Analysis
- analisi dei potenziali rischi annessi all'attività
- Individuazione e stesura dei "piani": definizione degli obiettivi
- Determinazione e stesura del piano economico-finanziario:
 - definizione del piano operativo
 - individuazione del fabbisogno di risorse e di investimenti
- Conto Economico previsionale
- Stato Patrimoniale e rendiconto finanziario prospettici
 - il Break Even Point
 - individuazione ed interpretazione dei principali indicatori economico-finanziari per il monitoraggio dei risultati attesi
- Analisi della sensitività e della fattibilità dei risultati del piano:
 - analisi della sostenibilità e della fattibilità economico-finanziaria del business plan
 - creazione di scenari "what if".