

Capitolo 3.

Da sogni alle idee e dalle idee al business

Trasformare i sogni in idee e le idee in business

"Un giorno si dovrà ammettere ufficialmente che ciò che abbiamo battezzato realtà è un'illusione ancora più grande del mondo dei sogni", ha detto una volta Dalì.

"I sogni sono una potente forma di coscienza", ha scritto Edgar Allan Poe nel suo saggio "An Opinion About Dreams"

È "Ho un sogno, non ho un piano!" Simon Sinek



Paul McCartney (Yesterday), John Lennon (# 9 Dream), Salvador Dali (Persistenza della memoria) e Christopher Nolan (Inception), Stephen King (Cacciatore di sogni): Sono solo alcune persone famose che hanno elaborato idee che sono partite dai loro sogni...

Ma non si tratta solo di sogni. Si tratta di trasformare le tue idee nell'attività dei tuoi sogni! Per assicurarti che la tua attività possa sopravvivere a breve termine, ma anche in grado di raggiungere il tuo sogno imprenditoriale a lungo termine che hai nella tua testa!

3.1 L'importanza di un'idea

Senza idee, non si hanno e/o fanno progressi, il cambiamento non avviene e gran parte dello sviluppo umano si ferma. Ma le idee non possono andare da nessuna parte se non vengono realizzate e messe in atto. E non puoi fare nulla senza l'idea iniziale:

“Le idee fanno il mondo, perché sono la guida per la prassi futura. Anche le idee più fragili radicate nel pregiudizio e nell'ignoranza fanno la storia e formano parte della cultura condivisa... Le idee, quando vengono mosse, diventano i modelli di pensiero e pratica”. [Ash Amin e Michael O'Neill in Pensare a quasi tutto]

Le possibilità di creare valore e distribuirlo alle persone sono infinite, fintanto che puoi identificare i problemi che l'uomo comune deve affrontare e avere idee uniche su come affrontarli. Le opportunità di imprenditorialità sono presenti ovunque si guardi al giorno d'oggi, anche se a volte sono nascoste a prima vista.

3.2 Tutto comincia con il marchio "Io"

Il punto di partenza è chi tu sei: "Chi sono io?"

Il primo lavoro da fare è conoscere te stesso. Se conosci te stesso capirai cosa ami e poi potrai iniziare a fare ciò che ami: quindi, sì, tutto inizia con il marchio "Io"

Il tuo lavoro è scoprire te stesso e dare forma al tuo marchio e alle tue idee come imprenditore. Ma il marchio "io" è ovviamente sotto l'influenza di genitori, colleghi, insegnanti, formatori, amici, famiglia, ecc.

Ma c'è un problema con il marchio "Io" e l'aver troppe idee... Le persone si confondono. Quindi è necessario attenersi ad un determinato framework / formato, in modo che possano riconoscere chi tu sia, quale sia la tua azienda...

3.3 Valuta te stesso

Cominciamo con la domanda più semplice: perché vuoi avviare un'impresa? Usa questa domanda per guidare il tipo di attività che desideri avviare. Se vuoi soldi extra, forse dovresti iniziare con un secondo lavoro. Se vuoi più libertà, forse è il momento di lasciare il tuo lavoro dalle 9 alle 5 e iniziare qualcosa di nuovo. Una volta che hai il motivo, inizia a farti ancora più domande per aiutarti a capire il tipo di attività che desideri avviare e se hai quello che serve:

- * Quali competenze hai?
- * Cosa ti appassiona?
- * Qual'è la tua area di competenza?
- * Quanto puoi permetterti di spendere, sapendo che la maggior parte delle aziende fallisce?
- * Di quanto capitale hai bisogno?
- * Che tipo di stile di vita vuoi vivere?
- * Sei pronto per essere un imprenditore? ([Vai al capitolo 1](#))

3.4 Cos'è meglio per la nascita delle idee?

(Mancanza di) Conoscenza

Ciò che leggi e conservi ha un potenziale impatto su ciò che leggerai e conserverai in futuro. Il processo olistico in corso è ciò che offre a ciascuno di noi un punto di vista unico. Non c'è da stupirsi che si possano avere opinioni diverse. In una campagna elettorale in pieno svolgimento, non puoi evitare le opinioni: opinioni personali, linee ufficiali, analisi del quadro generale, valutazione dei punti minori...

Le opinioni sono importanti perché aiutano a plasmare le nostre idee. La lettura è importante anche perché apprendiamo altre opinioni e idee durante il processo. Non possiamo trarre le nostre conclusioni se non leggiamo altre idee là fuori.

Le idee migliori nascono dall'analisi dei propri bisogni che non sono stati ancora soddisfatti (del tutto o in parte). Quindi, nel caso dei giovani imprenditori migranti, le idee possono venire dall'esame delle differenze culturali e di altri tipi di differenze tra il paese di origine e il paese d'accoglienza. Tra le fonti di idee classiche per gli imprenditori ci sono: i cambiamenti nella struttura demografica, le nuove tecnologie, le modifiche legislative e cambiamenti nello stile di vita.

Strutturare l'idea considerando tempo e denaro. Pensa a strategie di vendita - sviluppo digitale - logistica - flusso monetario - comunicazione - cultura e aspetti legali - personale/aiuto. Hai bisogno di investire denaro? Quanto tempo ci vorrà prima che i soldi arrivino? Hai bisogno di flusso di monetario! Devi pagare le bollette e mangiare.

3.5 Idee e target group

Le tue idee devono essere presentate ai tuoi target group. Con target group ci si riferisce ad un gruppo di potenziali clienti a cui un'azienda desidera vendere i propri prodotti e servizi. Questo gruppo include anche clienti specifici a cui un'azienda indirizza la propria attività di marketing. Con target market indichiamo una parte del mercato totale di un bene o servizio.

* Pensa a un'idea imprenditoriale.

Hai già un'idea imprenditoriale fantastica? Se è così, congratulazioni! È possibile procedere alla sezione successiva ([Capitolo 4](#)). In caso contrario, ci sono un sacco di modi per iniziare il brainstorming per una buona idea. Nell'articolo "[8 modi per proporre un'idea imprenditoriale](#)", vengono proposti 8 punti che aiutano a creare l'idea imprenditoriale. A chi vuoi vendere? Questo è il tuo obiettivo come azienda.

Ecco alcuni suggerimenti dall'articolo:

* Chiediti cosa c'è dopo?

Quale tecnologia o innovazione arriverà presto e in che modo cambierà il panorama aziendale così come lo conosciamo? Riesci ad anticipare i trend?

* Risolvi qualcosa che ti infastidisce.

La gente preferirebbe avere meno cose brutte che più cose buone. Se la tua azienda può risolvere un problema per i tuoi clienti, questi ti saranno grati.

* Applica le tue abilità ad un campo completamente nuovo.

Molte aziende e settori fanno le cose in un modo perché hanno sempre fatto così. In quei casi, una nuova prospettiva può fare la differenza.

* Usa l'approccio migliore, più economico e più veloce.

Hai un'idea imprenditoriale che non è completamente nuova? In tal caso, pensa alle offerte attuali e concentrati su come creare qualcosa di migliore, più economico o più veloce.

* Inoltre, esci e incontra persone e fai loro domande, chiedi consiglio ad altri imprenditori, cerca idee online o usa qualsiasi metodo per te più sensato.

Una volta che l'idea di business è stata identificata, non significa che sia un'idea valida. L'idea va verificata: se esiste un mercato abbastanza ampio da coprire investimenti e spese periodiche; se è conforme alle leggi in vigore; se è possibile ottenere finanziamenti, ecc.

3.6 Condurre ricerche di mercato

Inizia a ricercare i tuoi potenziali rivali o partner nel mercato utilizzando questa guida. Scomponi gli obiettivi che devi completare con la tua ricerca e i metodi che puoi utilizzare per farlo. Ad esempio, puoi condurre interviste per telefono o faccia a faccia. Puoi anche offrire sondaggi o questionari che pongono domande come:

* "Quali fattori prendi in considerazione quando acquisti questo prodotto o servizio?"

o

* "Quali aree suggeriresti di migliorare?"

Altrettanto importante è tenere in considerazione tre degli errori più comuni che le persone commettono quando iniziano le loro ricerche di mercato, che sono:

Utilizzare solo le ricerche secondarie.

Utilizzare solo risorse online.

Intervistare solo le persone che conosci.

3.7 Cosa vogliono i clienti?

Questa può essere una domanda pertinente, anche se Ford (Ford-T) e Steve Jobs (Apple) ti diranno il contrario... anche se all'inizio i clienti non sapevano cosa volevano. Alla fine lo volevano...

La tua idea può essere fantastica, ma anche il tempismo è molto importante:

La società da un miliardo di dollari Free Record Shop nei Paesi Bassi è fallita, mantenendo il vecchio concetto di vendita di compact disc e video... tuttavia hanno avuto la visione iniziale, di vendere sulla rete (come Amazon). Questo concetto però non era applicabile agli anni novanta... e così hanno semplicemente abbandonato l'idea considerandola come un fallimento. In realtà, il tempo non era ancora giusto...

Correlato: [come avviare un'attività online](#).

3.8 Altri suggerimenti

Prima che l'imprenditore avvii la sua azienda, dovrebbe verificare l'idea con esperti del settore, ma anche di diritto e fiscalità. Ad esempio, l'imprenditore dovrebbe scegliere il tipo di azienda (società a responsabilità limitata, fondazione, associazione, ecc.).

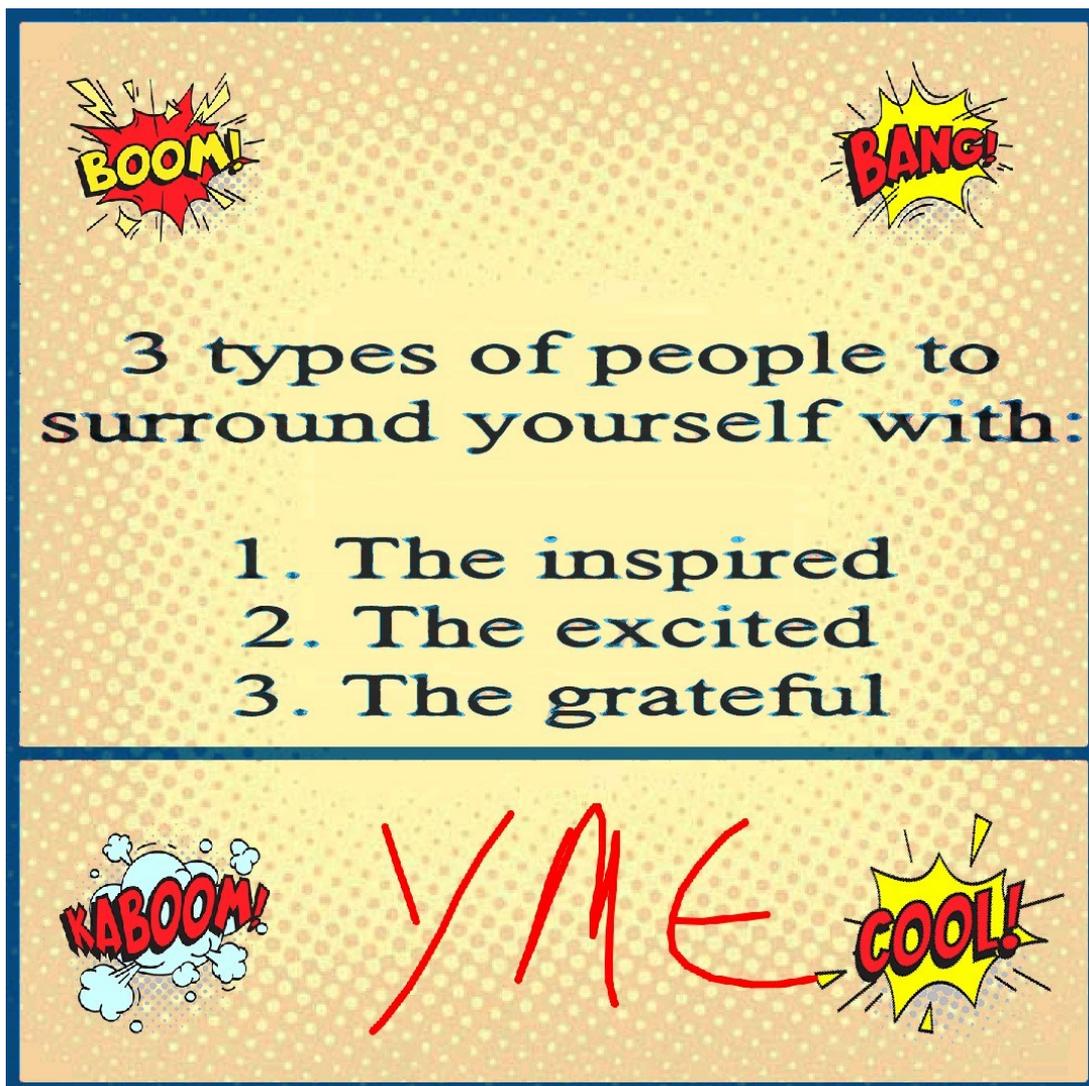
Ottieni il feedback.

Consenti alle persone di interagire con il tuo prodotto o servizio e vedere cosa ne pensano. Un nuovo punto di vista può aiutarti a identificare un problema che potresti aver perso. Inoltre, queste persone diventeranno i primi sostenitori del marchio, soprattutto se ascolti il loro contributo.

Assicurati solo di non circondarti di persone negative. Non è un buon ambiente per sviluppare idee. Quindi scegli le persone giuste per il feedback!

3 tipi di persone con cui circondarti e ricevere feedback da:

1. L'ispirato
2. L'eccitato
3. Il riconoscente



3.9 Rendilo ufficiale

Risolvi subito tutti gli aspetti legali. Un rapido elenco di cose da sostenere potrebbe includere ([vedere anche il Capitolo 5](#)):

- Struttura aziendale (SRL, società o una partnership, solo per citarne alcuni).
- Nome commerciale

- Registra la tua attività
- Codice fiscale
- Permessi
- Licenze
- Conto bancario
- Marchio, copyright o brevetti

3.10 Scrivi il tuo piano aziendale (business plan)

Un piano aziendale è una descrizione scritta di come si evolverà la tua attività dall'inizio alla fine. Il piano aziendale includerà ([vedere anche il capitolo 4](#)):

- * Riepilogo esecutivo: questo è un riepilogo di alto livello di ciò che include il piano, spesso include la descrizione dell'azienda, il problema che l'azienda sta risolvendo, la soluzione che offre e perché
- * Descrizione dell'attività: che tipo di attività desideri avviare?
- * Che aspetto ha il tuo settore?
- * Come sarà in futuro?
- * Strategie di mercato: qual è il tuo mercato di riferimento e come puoi vendere al meglio su quel mercato?
- * Analisi competitiva: quali sono i punti di forza e di debolezza dei tuoi concorrenti? Come li batterai?
- * Piano di progettazione e sviluppo: qual è il tuo prodotto o servizio e come si svilupperà? Quindi, crea un budget per quel prodotto o servizio
- * Piano operativo e di gestione: come funziona l'azienda su base giornaliera?