|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| AGENZIA CON UFFICIO | | |
|  |  |  |
| Elenco di controllo startup | | |

# Attività iniziali

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 1. Eseguire una valutazione personale per determinare il motivo per cui si vuole avviare un'attività. | |
|  | 1. Creare un piano aziendale: | |
|  |  | * 1. Cosa facciamo? |
|  |  | * 1. Come si fa? |
|  |  | * 1. A chi offriamo il servizio? |
|  | 1. Eseguire un'analisi SWOT per identificare punti di forza, punti di debolezza, opportunità e minacce. | |
|  | 1. Valutare la quantità di capitale disponibile per l'investimento. | |
|  | 1. Confronta i piani con i membri della famiglia per assicurarti che siano di supporto. | |
|  | 1. Determinare se si vuole che l'azienda sia a tempo pieno o part-time. | |

# Impegnarsi per l'azienda

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 1. Definire il "problema" del cliente e il modo in cui l'organizzazione può offrire una soluzione in modo univoco. | |
|  | 1. Determinare la praticabilità: Esiste un mercato per il servizio? | |
|  | 1. Identificare le aziende che stanno avendo successo oggi. | |
|  | 1. La tua attività sarà importante con il passare del tempo? Come ci si adatterà? | |
|  | 1. Definire il mercato: | |
|  |  | * 1. Chi è il cliente ideale? |
|  |  | * 1. Dimensioni del mercato |
|  |  | * 1. Quanto è facile acquisire clienti? |
|  | 1. Convalidare l'idea parlandone con i clienti potenziali. | |
|  | 1. Valutare il modo in cui i clienti possono risolvere il problema oggi e cosa offre la concorrenza. | |
|  | 1. Creare un piano finanziario rapido, identificando i costi e le vendite previste, per vedere se il capitale ottiene un profitto. | |

# Configurare l’azienda

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 1. Scegliere il nome dell'azienda. Eseguire una ricerca per nome aziendale per assicurarsi che il nome sia ancora disponibile. | |
|  | 1. Registrare un nome di dominio e proteggere i profili dei social media per la società. | |
|  | 1. Richiedere le licenze locali o nazionali per le aziende. | |
|  | 1. Aprire un conto corrente bancario e una carta di credito aziendali. | |
|  | 1. Trova uno spazio appropriato e trasformalo nella tua sede aziendale principale. | |
|  | 1. Una volta che trovato lo spazio idoneo, sottoscrivere tutti i servizi a nome dell’azienda, tra cui un contatto telefonico principale e tutte le altre forniture necessarie. | |
|  | 1. Scegliere una struttura giuridica o una struttura aziendale e incorporare: Corporazione, LLC o proprietario esclusivo. | |
|  | 1. Configurare il sito Web in modo che sia in operativo. | |
|  | 1. Configurare un sistema di contabilità e registrazione: | |
|  |  | * 1. assumere un commercialista, |
|  |  | * 1. selezionare un sistema contabile e |
|  |  | * 1. seleziona un anno fiscale |
|  | 1. Valuta e seleziona i piani assicurativi necessari per la tua azienda: responsabilità civile, indennizzo per i lavoratori o assicurazione sanitaria. | |
|  | 1. Prepara e inizia attività di networking utilizzando dei materiali di pre-marketing: | |
|  |  | * 1. biglietti da visita, |
|  |  | * 1. carta intestata, |
|  |  | * 1. fatture, |
|  |  | * 1. brochure o |
|  |  | * 1. pubbliche relazioni |
|  | 1. Presenta la tua attività alle altre aziende nelle vicinanze. | |

# Assicurarsi vi siano fondi sufficienti disponibili

|  |  |
| --- | --- |
|  | 1. Stimare il tempo necessario per l’acquisizione di clienti paganti per l'azienda. |
|  | 1. Elenca le spese dell’azienda per il primo anno, o almeno e individua da dove proverranno. |
|  | 1. Stabilisci il capitale necessario per avviare l’attività e il progetto e calcola il tempo che trascorrerà prima che l’azienda inizi a generare profitti. |
|  | 1. A partire da queste, determinare il numero di mesi di risparmio o investimento necessari per il pareggio. |
|  | 1. Se è necessario un investimento esterno oltre ai risparmi dei fondatori, elabora un piano aziendale. |

# Pianifica il tuo piano commerciale aziendale

|  |  |
| --- | --- |
|  | 1. Completare una panoramica aziendale che includa le informazioni di base e un sommario del team di gestione. |
|  | 1. Scrivere una sezione dedicata alla descrizione aziendale che descriva i servizi e quali problemi risolvono. |
|  | 1. Preparare una sezione analisi di mercato che descriva il mercato totale e il mercato di destinazione, specifichi le esigenze di segmento, le offerte competitive disponibili e qualsiasi tendenza che influirà sull'analisi. |
|  | 1. Redigi un piano operativo per l'azienda, ad esempio le ore di lavoro, il numero di dipendenti, i fornitori chiave o gli aggiustamenti stagionali necessari all’azienda. |
|  | 1. Creare un piano di marketing e vendite che includa il "go to market" o il piano di lancio, i prezzi, il modo in cui l'organizzazione genererà i clienti potenziali e finalizzerà nuove vendite. |
|  | 1. Creare un piano finanziario che mostri un'analisi di pareggio, profitto, perdita e flussi di cassa previsti. |
|  | 1. Scrivere un sommario esecutivo che fornisca una panoramica generale delle sezioni completate. |

# Predisporre per la gestione

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 1. Trova una sede ideale per l’azienda, che metta a disposizione lo spazio ideale per svolgere le attività. | |
|  | 1. Arreda il tuo ufficio creando spazio di lavoro idonei con poltrone e sedie comode, scrivanie, scaffali, armadietti ecc... | |
|  | 1. Identificare le esigenze del personale. | |
|  | 1. Reclutare, intervistare, assumere e preparare i dipendenti (se applicabile). | |
|  | 1. Se si assumono dipendenti, ottenere il numero di identificazione dell’impresa. | |
|  | 1. Identificare e configurare le tecnologie necessarie: | |
|  |  | * 1. computer/portatili per gestire le attività aziendali, |
|  |  | * 1. stampante, |
|  |  | * 1. software e applicazioni aziendali, |
|  |  | * 1. POS, |
|  |  | * 1. indirizzi e-mail aziendali, |
|  |  | * 1. telefoni, |
|  |  | * 1. CRM |
|  |  | * 1. fatturazione e |
|  |  | * 1. sistemi di pagamento. |
|  | 1. Assicurarsi che i sistemi tecnologici garantiscano la sicurezza delle informazioni sull’azienda e sui clienti. | |
|  | 1. installazione di un sistema di sicurezza, se necessario. | |
|  | 1. A seconda del tipo di attività, identificare e collaborare con i fornitori/venditori appropriati. | |

# Marketing e lancio dell'azienda

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 1. Sviluppare e perfezionare un marchio per l’azienda e i suoi prodotti o servizi. | |
|  | 1. Creare e perfezionare buona presentazione tramite le conversazioni. | |
|  | 1. Presentazione alla comunità e networking: in quanto azienda potresti avere o meno passaggio diretto presso la tua sede. Di conseguenza, sono necessarie altre strategie di marketing per controbilanciare la mancanza di una vetrina. Partecipare a diversi eventi di networking per creare relazioni con collegamenti alla community. | |
|  | 1. Avviare la distribuzione o l’esposizione del materiale di marketing: | |
|  |  | * 1. promozioni basate sul Web, |
|  |  | * 1. social media, |
|  |  | * 1. posta diretta, |
|  |  | * 1. biglietti da visita, |
|  |  | * 1. fiere o |
|  |  | * 1. brochure. |
|  | 1. È necessario creare un account marketing di posta elettronica e avviare il marketing digitale con blog, messaggi di posta elettronica o strategie SEO per indirizzare il traffico al sito Web. | |
|  | 1. Comunica alla stampa locale o regionale la prossima apertura dell’azienda. | |
|  | 1. Utilizzare tattiche di Marketing Guerrilla per generare traffico. | |
|  | 1. Organizza un’inaugurazione. Creare una relazione che possa consentire promozioni incrociate. | |

# Sostenere la propria azienda

|  |  |
| --- | --- |
|  | 1. Tenere traccia delle strategie che hanno funzionato e che hanno fallito al fine di perfezionare le tattiche di marketing. |
|  | 1. Chiedere recensioni e testimonianze per costruire credibilità. |
|  | 1. Mantenere e coltivare i clienti abituali. Tenere a mente che costerà l’80% di sforzo in meno mantenere una relazione esistente piuttosto che svilupparne una nuova. |
|  | 1. Individuare la clientela migliore. Saranno i migliori pifferai magici. Chiedere recensioni. |