

# Business Plan

Bosio - Cullino - Di Lascio - Loffreda

May 28, 2018

# Contents

<b>1 Business Idea</b>	<b>2</b>
<b>2 Analisi dello Scenario Competitivo</b>	<b>3</b>
2.1 Modello delle Cinque Forze . . . . .	3
2.1.1 Potenziali Nuovi Concorrenti . . . . .	3
2.1.2 Compratori . . . . .	3
2.1.3 Fornitori . . . . .	4
2.1.4 Prodotti Sostitutivi . . . . .	4
2.1.5 Rivalità tra Concorrenti . . . . .	4
2.2 Mappa di Posizionamento . . . . .	5
<b>3 Organizzazione e Struttura</b>	<b>6</b>
3.1 Organizzazione . . . . .	6
3.2 Struttura . . . . .	7
<b>4 Financial Planning</b>	<b>8</b>
<b>5 Break Even</b>	<b>12</b>

# Chapter 1

## Business Idea

L'idea è quella di creare un'app per smartphone per una banca che permetta ai clienti di pagare negli esercizi dotati di circuito POS tramite il chip NFC presente sul dispositivo.

Questa soluzione si propone di rendere più frequenti e comodi i pagamenti tramite "carta" (sia essa di debito o di credito) e mette a disposizione dei clienti che sfruttano questa modalità un catalogo di premi basato sui punti ricevuti utilizzando l'app; in particolare, ad ogni euro pagato con questo metodo corrisponde un punto utilizzabile nel servizio. Raggiungendo una certa quantità di punti il cliente ha accesso ad una serie di premi mirati, come ad esempio buoni sconto su negozi fisici o virtuali, ricariche telefoniche, ecc., scelti in base alle sue preferenze, stimate tramite l'analisi dei dati che la banca ci fornisce.

Il cliente di conseguenza dovrebbe sentirsi invogliato ad usare maggiormente questo servizio, fornendo in conseguenza maggiori guadagni alla banca e più tracciabilità ai soldi mossi riducendo la possibilità di generare flussi in nero.

A causa del vincolo di utilizzare uno smartphone per usufruire del servizio, stimiamo che questa soluzione sia orientata verso un pubblico di un'età compresa tra i 18 ed i 65 anni, indipendentemente dal sesso; inoltre appoggiandosi al circuito POS, la nostra soluzione è disponibile anche al di fuori dell'Italia.

## Chapter 2

# Analisi dello Scenario Competitivo

## 2.1 Modello delle Cinque Forze

### 2.1.1 Potenziali Nuovi Concorrenti

Tra i potenziali nuovi concorrenti ci possono essere le banche che potrebbero decidere di sviluppare in proprio offerte simili con stessa modalità di gestione. Il fatto di avere già i dati dei clienti a disposizione azzerava quello che per noi è il costo principale. D'altro canto in quel caso si aggiungerebbero i costi di formazione di personale interno, cioè le banche avrebbero bisogno di organizzare team con conoscenze ideali per poter creare l'applicazione.

Altri concorrenti possono essere società nuove che, prendendo accordi con altre banche, creerebbero servizi del tutto simili al nostro; in questo caso è possibile una diminuzione del tasso di crescita dei nuovi clienti e/o una diminuzione di quelli già presenti. Questa forza supponiamo avrà un peso mediamente rilevante nel nostro modello.

### 2.1.2 Compratori

Il nostro modello, per come è organizzato, non prevede figure intermedie tra noi e il cliente finale. Per questo motivo, questa forza risulta essere azzerata.

### **2.1.3 Fornitori**

Il nostro attuale unico fornitore è l'Istituto Bancario per cui sviluppiamo il servizio e a cui paghiamo l'utilizzo dei dati, "materia prima" indispensabile per il nostro prodotto. Questa forza, di conseguenza, è una entità molto elevata nel nostro modello.

### **2.1.4 Prodotti Sostitutivi**

In questo momento sono pochi i prodotti relativi a questo tipo di servizio. Uno di questi è "ioSi", realizzato da CartaSi. Esso si basa, allo stesso modo di quanto da noi offerto, su punti accumulabili tramite spese (1pt per ogni euro speso utilizzando una carta CartaSi) utilizzabili per riscuotere dei premi. Secondo il nostro parere la loro soluzione ha due aspetti negativi: la tipologia di prodotti riscattabili è fissa ed uguale per tutti, senza fare distinzione tra le tipologie di utenti; inoltre la quantità di punti necessari a riscattare i premi è molto elevata. Per queste motivazioni riteniamo che questa forza abbia un'entità mediamente rilevante nel nostro modello.

### **2.1.5 Rivalità tra Concorrenti**

I nostri concorrenti sono gli altri gruppi di lavoro del corso. Riteniamo quindi che questa forza abbia un peso elevato nel nostro modello.

## 2.2 Mappa di Posizionamento

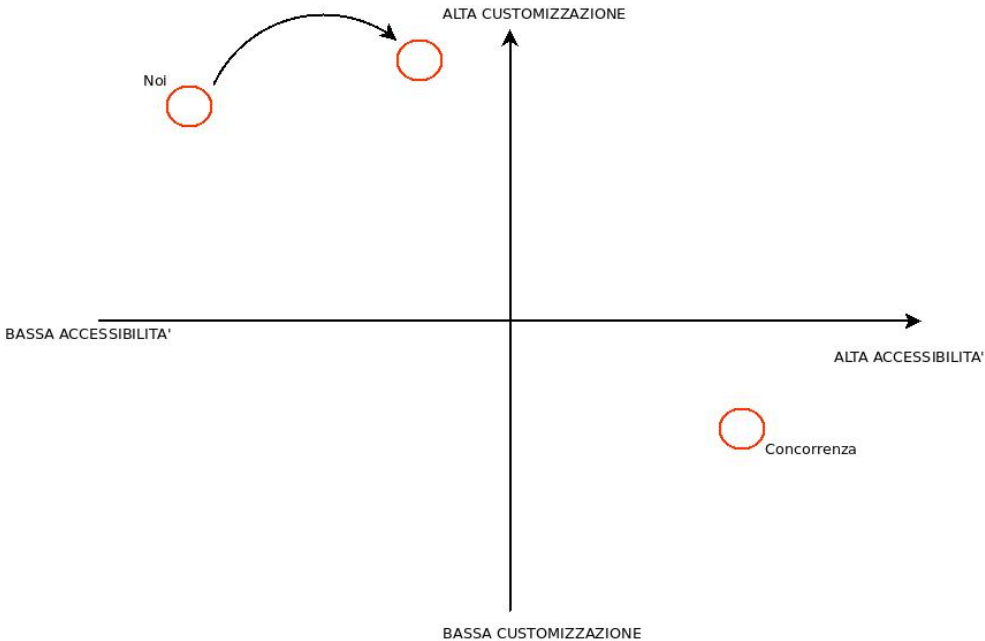


Figure 2.1: Positioning Map

# Chapter 3

## Organizzazione e Struttura

### 3.1 Organizzazione

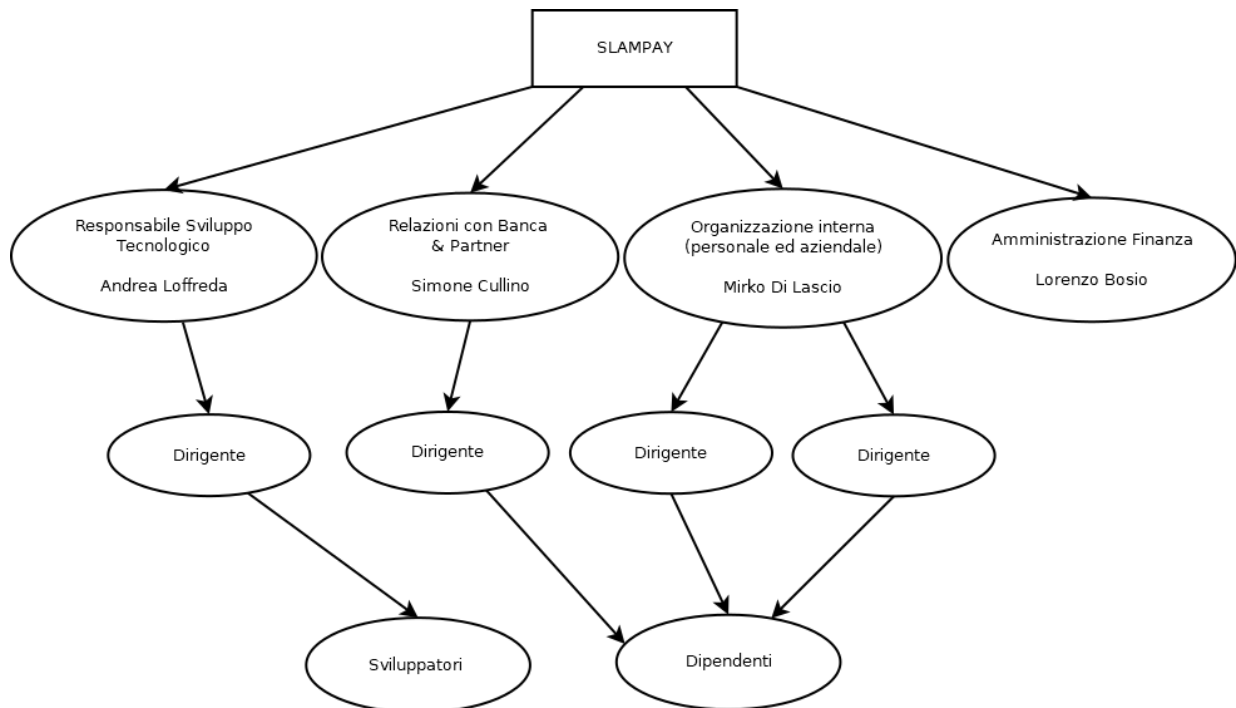
Per quanto riguarda l'organizzazione della società SLAMPAY abbiamo pensato di affidare ai 4 soci i 4 ambiti principali con cui l'azienda dovrà interfacciarsi.

I campi sono quindi così suddivisi:

- Responsabile sviluppo tecnologico affidata ad Andrea Loffreda,
- Relazione con la banca e i Partner affidata a Simone Cullino,
- Amministrazione Finanza affidata a Lorenzo Bosio,
- Organizzazione interna (personale ed aziendale) affidata a Mirko Di Lascio.

Durante il primo anno abbiamo deciso di assumere un totale di 5 tra dipendenti e sviluppatori, i quali avranno il compito di creare, gestire e mantenere i servizi informatici necessari per esercitare l'attività di business, oltre al gestire tutte le varie sfaccettature dell'azienda come assicurazioni e notai.

Nelle previsioni di crescita si è inoltre reso necessario assumere negli anni successivi dei nuovi dirigenti, assegnandogli il compito di aiutare i 4 soci a gestire i vari ambiti dell'azienda. L'organigramma si presenta quindi in questo modo: Come piano di motivazione abbiamo



pensato di prevedere dei bonus per i lavoratori da spendere presso i nostri partner.

## 3.2 Struttura

Forma giuridica: i soci hanno un accordo di minimo 5 anni dove versano un capitale iniziale di 20000 euro a testa e, se alla fine dei 5 anni decidono di lasciare l'attività, prendono esattamente un quarto del valore dell'attività da ammortizzare nell'arco di 5 – 10 anni a seconda di quale sia lo stato dell'azienda al momento dell'uscita del socio.

Per quanto riguarda gli accordi esterni, abbiamo stipulato contratti esclusivamente con i partner, per i quali abbiamo previsto di versare una quota di 20000 euro ognuno, con la quale i partner forniranno una serie di buoni sconto da utilizzare presso i rispettivi negozi convenzionati e che verranno offerti come premio ai clienti.

Come licenze abbiamo inserito nel business plan quelle riguardanti l'utilizzo dei software necessari al regolare svolgimento dell'attività; inoltre abbiamo considerato la cessione dei dati riguardanti i clienti della banca, pagati esattamente 0,03 euro per cliente.



# Chapter 4

## Financial Planning

Per quanto riguarda il financial planning abbiamo deciso di identificare diverse variabili che definiscono i costi / ricavi del nostro business plan come quelle mostrate nella seguente immagine. Come si può notare dall'immagine sopra abbiamo identificato diverse variabili disposte in un ordine temporale di 5 anni.

I ricavi sono definiti principalmente da due indici:

- il numero di transazioni effettuate con la nostra app;
- i soldi medi coinvolti nelle transazioni;
- la pubblicità presente nell'app (quota stimata per ogni cliente che usa la nostra app);
- l'acquisto dell'app volto alla rimozione della pubblicità.

I costi sono rappresentati nell'immagine sotto: Come si può notare abbiamo inserito diverse voci che vanno a definire i vari costi tra cui assicurazione, comunicazioni, costo dei locali e altro.

Inoltre abbiamo inserito dei campi variabili sulla base di eventi non prevedibili come ad esempio le spese notarili, rappresentate quindi delle semplici stime.

Qui in seguito possiamo notare un'immagine che rappresenta la correlazione Costi-Ricavi. Nell'immagine rappresentante il conto economico si può notare anche le spese riguardanti

Anno	I		II		III		IV		V	
	#	Stipendio €	#	Stipendio €	#	Stipendio €	#	Stipendio €	#	Stipendio €
Soci	4	1200	4	1200	4	1600	4	2000	4	2500
Diretti	0	1700	1	1700	2	1800	3	2000	4	2200
Subappalti & Dipendenti	5	1300	5	1300	7	1350	8	1350	9	1400
Clienti App	50000		90000		120000		150000		180000	
Clienti di cui rivediamo i dati	4607000		4931650		5178443		5437365		5709233	
Costo dati e persona (K)	0,03		0,03		0,03		0,03		0,03	
Numero transazioni medio annuo a persona con App	12		13		14		15		16	
Importo medio per transazione	82		82		82		82		82	
Percentuale Commissione Banca POS	0,023		0,023		0,023		0,023		0,023	
Percentuale richiesta da noi sulla commissione del POS	0,15		0,15		0,15		0,15		0,15	
Percentuale Aumento Annuale numero clienti Banca	0		0,05		0,05		0,05		0,05	
Costo Affitto Locale per 16 Lavoratori Anno	24000		24000		24000		24000		24000	
Pubblicità correlata a differenza clienti app / clienti banca	30000		40000		55000		75000		100000	
Costo Annua Assicurazione	15000		27000		36000		45000		48000	
Costo Pubblicità in App per utente	0,5		0,5		0,5		0,5		0,5	
Costo Acquisto App senza pubblicità	2		2		2		2		2	
% Clienti che acquistano App	5%		7%		7%		10%		10%	
Clienti che acquistano App	2500		6300		8400		15000		18000	
Valore Interesse su prestito (tasso variabile)	0,035		0,04		0,044		0,052		0,051	
Valore Interesse su debito	0,06		0,06		0,06		0,06		0,06	

	I	II	III	IV	V
Salari	11300,00	13000,00	19450,00	24800,00	31400,00
Dati Banca	140910,00	147955,50	155353,28	163120,94	171276,99
Partnership	80000,00	120000,00	140000,00	180000,00	200000,00
Pubblicità	30000,00	40000,00	55000,00	75000,00	100000,00
Comunicazioni	3000,00	3200,00	3500,00	3700,00	4000,00
Manutenzione	2000,00	2200,00	2500,00	2700,00	3000,00
Assicurazione	15000,00	27000,00	36000,00	45000,00	48000,00
Avvocato / Notaio	10000,00	15000,00	1000,00	30000,00	15000,00
Computer HW	2000,00	2000,00	3000,00	3000,00	3000,00
Computer SW	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
Locali		0,00	15000,00	15000,00	15000,00
Mobilio		0,00	1000,00	1000,00	1000,00
TOTALE	295710,00	371855,50	432303,28	543320,94	592176,99
TOTALE COSTI ESTERNI	284410,00	358855,50	397853,28	504020,94	545776,99

		I	II	III	IV	V
Ricavi	+	198490,00	385443,00	547872,00	734025,00	828224,00
Servizi / Costi esterni	-	284410,00	358855,50	397853,28	504020,94	545776,99
Valore Aggiunto		-85920,00	26587,50	150018,73	230004,06	282447,01
Costo del lavoro	-	11300,00	13000,00	19450,00	24800,00	31400,00
EBITDA		-97220,00	13587,50	130568,73	205204,06	251047,01
Ammortamento	-	3500,00	3500,00	20500,00	20500,00	20500,00
EBIT		-100720,00	10087,50	110068,73	184704,06	230547,01
Interessi	-	3813,02	-1092,44	1632,01	6255,51	8422,88
Totale parziale		-104533,02	11179,94	108436,72	178448,56	222124,13
Obblighi finanziari	-	0,00	3353,98	32531,01	53534,57	66637,24
<b>Totale</b>		<b>-104533,02</b>	<b>7825,96</b>	<b>75905,70</b>	<b>124913,99</b>	<b>155486,89</b>

le tasse e gli interessi.

Per quanto riguarda lo stato patrimoniale qui in seguito sono mostrati gli impieghi.

		IMPIEGHI				
		I	II	III	IV	V
Capitale Fisso	Computer HW	8000,00	6000,00	8000,00	5000,00	2000,00
	Computer SW	6000,00	4500,00	3000,00	1500,00	0,00
	Locale		0,00	135000,00	120000,00	105000,00
	Mobilio		0,00	9000,00	8000,00	7000,00
Cassa						
	Rendiconto Finanziario	62466,98	42292,94	55531,98	142779,30	265599,52
<b>Totale</b>		<b>76466,98</b>	<b>52792,94</b>	<b>210531,98</b>	<b>277279,30</b>	<b>379599,52</b>

Mentre le fonti: Il rendiconto finanziario invece è così costruito:

		FONTI				
		I	II	III	IV	V
Patrimonio Netto						
	Patrimonio	120000,00	120000,00	120000,00	120000,00	120000,00
	Residuo	0,00	-104533,02	-96707,06	-20801,36	104112,63
	Saldo Operativo	-104533,02	7825,96	75905,70	124913,99	155486,89
Totale		15466,98	23292,94	99198,64	224112,63	379599,52
Debiti Finanziari						
	Rimanenti	50000,00	25000,00	0,00	0,00	0,00
Debiti Operativi						
	Rimanenti	11000,00	4500,00	111333,33	53166,67	0,00
Totale		76466,98	52792,94	210531,98	277279,30	379599,52

	I	II	III	IV	V
Risultato netto	-104533,02	7825,96	75905,70	124913,99	155486,89
Ammortamento	3500,00	3500,00	20500,00	20500,00	20500,00
=Autofinanziamento	-101033,02	11325,96	96405,70	145413,99	175986,89
Investimenti / Disinvestimenti	17500,00	0,00	165000,00	0,00	0,00
Totale CashFlow operativo	-83533,02	11325,96	261405,70	145413,99	175986,89
Δ Patrimonio netto	120000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Δ Debiti Finanziari	50000,00	-25000,00	-25000,00	0,00	0,00
Δ Debiti Operativi	11000,00	-6500,00	106833,33	-58166,67	-53166,67
Totale - CashFlow	62466,98	-20174,04	13239,03	87247,32	122820,23
Interessi CashFlow	0,06	3748,02	-1210,44	794,34	5234,84
					7369,21

# Chapter 5

## Break Even

Come visibile dal grafico il break even operativo, ossia il punto di pareggio tra costi totali e ricavi totali, basandoci sulle nostre ipotesi, è raggiunto quando il numero di utenti è circa 80.000.

