

# Il business plan in una pagina

**IMPRENDI  
PROMOTORE**  
*Academy*

**1**  
VISIONE A  
5 ANNI

**2**  
OBIETTIVI A  
1 ANNO

**3**  
PROGETTI

I Trim.:	II Trim.:
III Trim.:	IV Trim.:

**4**  
PROFILO IDEALE  
DEL CLIENTE

**5**  
ELEMENTI  
DIFFERENZIANI

**6**  
STRATEGIE DI  
MARKETING

**7**  
ATTIVITÀ DA 1.000 EURO/ORA  
(FREQUENZA)

**8**  
SWOT ANALYSIS

FATTORI INTERNI	
STRENGTHS (+) / PUNTI DI FORZA	WEAKNESSES (-) / PUNTI DI DEBOLEZZA
FATTORI ESTERNI	
OPPORTUNITIES (+) / OPPORTUNITÀ	THREATS (-) / MINACCE

# Come usare questo modello

Secondo la nostra opinione, gli obiettivi di business per quest'anno dovrebbero essere contenuti in una pagina A4. Questo modello, per la sua praticità, sarà costantemente di pronta consultazione, per tenere sott'occhio obiettivi e progressi verso il loro raggiungimento.

- 1** La **Visione a 5 anni**: comincia ad immaginare la tua vita personale e professionale fra 5 anni. Non preoccuparti di come potrai chiudere il gap tra l'oggi ed il domani. Il principio è semplice: se puoi immaginare il futuro, puoi anche realizzarlo.
- 2** Gli **Obiettivi a 1 anno**: utilizza questa sezione per fare una lista degli obiettivi più importanti dell'anno che sta per cominciare. Perlopiù saranno obiettivi che prevedranno la definizione di AUM, ricavi e nuovi clienti. Sentiti comunque libero di inserire anche degli obiettivi personali.
- 3** I **Progetti**: non importa a che punto tu sia dell'anno. Sicuramente dei progetti sono in corso. Utilizza questa sezione per dare priorità ai progetti in corso in questo trimestre.
- 4** **Profilo ideale del cliente**: sicuramente hai un'idea chiara del profilo del tuo cliente ideale. Questo è un buon inizio! Hai però bisogno di creare una lista dei criteri che ti permetteranno di identificare correttamente i tuoi prospect. Il profilo ideale del cliente sarà la base su cui costruire la tua strategia di marketing.
- 5** **Elementi differenzianti**: la maggioranza dei Consulenti finanziari dichiara di occuparsi di «consulenza personalizzata» come elemento differenziante. Se questo è l'elemento differenziante, probabilmente non c'è molta differenza tra un consulente finanziario e l'altro. Dovresti essere capace di articolare e dimostrare che cosa realmente ti differenzia rispetto ad altri professionisti del tuo settore.
- 6** **Strategie di Marketing**: usa questa sezione per fare una lista delle attività «core» di marketing che hai intenzione di realizzare per l'anno. Delle strategie molto efficaci potrebbero essere:
  - Referrals spontanei
  - Presentazioni della tua figura professionale fatte da altri
  - Alleanze e collaborazioni professionali
  - Networking
  - Eventi tematici
  - Seminari finanziari e/o eventi educational
  - Social media, sito web e marketing di contenuti (video, articoli, podcast, ecc.)
- 7** **Attività da 1.000 euro/ora(frequenza)**: per molti Consulenti finanziari ci sono una serie di attività che più di altre sono in grado di far crescere il proprio business (fatturato, AUM). Queste attività le definiamo **Attività da 1.000 euro/ora**. I consulenti finanziari di successo, tendono ad impiegare buona parte del loro tempo in questo tipo di attività. Questo tipo di attività, solitamente, corrispondono alle strategie di marketing che hai elencato al punto 6. Per esempio: se hai indicato Alleanze e collaborazioni professionali una delle strategie che hai adottato, l'attività di «pranzare con un Commercialista o un altro professionista» o comunque con un Connettore-Centro di influenza è una attività da 1.000 euro/ora.
- 8** **SWOT Analysis**: nessun Business Plan può dirsi completo senza una analisi SWOT. Fai una lista dei tuoi punti di forza interni (strengths) e dei tuoi punti di debolezza (weaknesses). Fai la stessa cosa per le opportunità (opportunities) e le minacce (threats). Una analisi onesta ti aiuterà ad identificare cosa stai facendo bene, dove invece sono necessari dei miglioramenti e lo scenario competitivo nel quale operi.