

Indice

1. Executive summary	pag.
2. Business idea	pag.
3. Analisi di mercato	pag.
3.1 Caratteristiche, dimensione e trend del mercato di riferimento	
3.2 Analisi qualitativa della domanda	
3.3 Analisi quantitativa della domanda	
4. Analisi dell'ambiente competitivo	pag.
4.1 Le forze dell'ambiente competitivo	
4.1.1 La minaccia dei potenziali entranti	
4.1.2 La minaccia dei prodotti sostitutivi	
4.1.3 Identificazione e potere contrattuale dei fornitori	
4.1.4 I concorrenti (schede dei principali competitor)	
4.2 Il vantaggio competitivo e il posizionamento	
5. Strategia di Marketing	pag.
5.1 SWOT Analysis	
5.2 Il Marketing Mix	
5.2.1 Prodotto/Servizio	
5.2.2 Prezzo	
5.2.3 Distribuzione	
5.2.4 Comunicazione	
6. Assetti organizzativi e Management team	pag.
6.1 La struttura organizzativa	
6.2 Il management team	
7. Piano di sviluppo	pag.
8. Piano economico-finanziario (orizzonte temporale: 3/5 anni)	pag.