

MODELLO “1” – IMPRESE COSTITUENDE
P.S.M. PROGRAMMA DI PROMOZIONE DELL’INCLUSIONE SOCIALE E LOTTA ALLA POVERTÀ – LINEA 2
INCLUSIONE NEL MDL DELLE PERSONE A RISCHIO DI ESCLUSIONE – INTRAPRENDO
PIANO ESECUTIVO



L'Europa è la carta
di accesso al futuro

PO FSE ABRUZZO
2007»2013 | **OBETTIVO**
Competitività regionale
e occupazione



INDICE

1. DESCRIZIONE ATTIVITÀ

2. I SERVIZI DI CONSULENZA CHE SARANNO EROGATI

- 2.1. Consulenza nella definizione degli aspetti organizzativi della start-up
- 2.2. Consulenza nell'individuazione dei mercati di riferimento e nell'analisi dei concorrenti (marketing)
- 2.3. Consulenza nell'ambito della comunicazione efficace
- 2.4. Consulenza in ambito amministrativo
- 2.5. Consulenza nel settore del credito e della finanza agevolata
- 2.6. Supporto negli adempimenti previsti dal bando

3. MODALITÀ DI EROGAZIONE

4. TEMPISTICA

5. LE CARATTERISTICHE DELLE RISORSE IMPEGNATE

6. MODALITÀ' DI RENDICONTAZIONE

1. DESCRIZIONE ATTIVITA'

L'offerta di un'articolata gamma di servizi, generalmente erogati sul mercato da più imprese, avrà un effetto molto positivo sui beneficiari degli stessi. Occorre evidenziare, a tal riguardo, che gli imprenditori, hanno palesato spesso difficoltà a colloquiare con consulenti diversi.

Nello specifico, l'attività consisterà nell'erogazione di servizi alle start-up beneficiarie degli incentivi per la creazione e il consolidamento d'impresa, a valere sull'Avviso Pubblico "INTRAPRENDO", attraverso l'attivazione di uno Sportello Informativo con lo scopo di fornire alle stesse un supporto tecnico-specialistico nella fase di attuazione degli investimenti e consulenza in materia di marketing, comunicazione efficace, etc. alle imprese beneficiarie

2. I SERVIZI DI CONSULENZA CHE SARANNO EROGATI

2.1. Consulenza nella definizione degli aspetti organizzativi della start-up

Si partirà dall'analisi della situazione aziendale in essere, se esistente e verranno mappati ed analizzati i processi aziendali.

Gli interventi consulenziali saranno finalizzati a definire chi fa cosa, quando, con quali strumenti o risorse, in quanto tempo, per quanto tempo, da chi riceve disposizioni, a chi trasmette il proprio lavoro, con chi si relaziona e come si relaziona.

2.2. Consulenza nell'individuazione dei mercati di riferimento e nell'analisi dei concorrenti (Marketing)

L'analisi del mercato di riferimento sarà volta a raccogliere e segmentare le informazioni sul contesto nel quale si svolgerà l'attività delle singole imprese beneficiarie, per valutarne le dimensioni ed i concorrenti che vi operano.

Verranno individuati i segmenti di mercato più interessanti, cioè quelli identificabili, che hanno caratteristiche esclusive, misurabili in modo da stimare il numero degli appartenenti al segmento stesso e quantificabili per poter definire sia i costi ed i possibili ricavi e sia l'azione di marketing da attuare.

Molta importanza verrà data all'individuazione degli altri attori che già detengono quote del mercato di riferimento o che potranno farlo in futuro in modo indiretto attraverso la produzione o l'erogazione di servizi e/o prodotti perfettamente sostituibili con quelli delle aziende target.

In particolare, le analisi da condurre saranno finalizzate a verificare l'esistenza delle barriere all'entrata come le barriere legali, rappresentate dalla presenza di vincoli di legge alla possibilità di operare in un determinato settore o di utilizzare una determinata tecnologia (brevetti) e barriere tecnologiche, consistenti nella necessità di avere a disposizione una particolare tecnologia o *know how*.

Verranno individuati i punti di forza e debolezza dei concorrenti in modo da poter comparare i prodotti o servizi delle aziende target e definire le strategie competitive da attuare, attuando il *benchmarking*.

Lo stesso dicasi per le aziende presenti sul web. Anche qui, infatti, sarà importante analizzare i punti di forza e di debolezza delle strategie di web marketing adottate dai concorrenti, per partire anche dalle loro intuizioni e punti di forza per impostare un percorso migliore. Anche in questo caso non si può fare a meno di un'attenta analisi della concorrenza, indirizzata ad un'ottimizzazione degli investimenti e quindi dei ritorni.

2.3. Consulenza nell'ambito della comunicazione efficace

Strettamente collegato agli aspetti del mercato di riferimento delle singole aziende target è il piano di comunicazione che si metterà a disposizione delle stesse.

Si comincerà evidentemente con una solida analisi SWOT, strumento di pianificazione strategica che valuta i punti di forza, i punti di debolezza, le opportunità e le minacce.

La comunicazione, con gli strumenti identificati, verrà rivolta al target identificato da raggiungere. Se i target sono molteplici verranno individuati gli strumenti ritenuti necessari a raggiungere gli obiettivi prefissati.

Verrà definito alla fine un elenco codificato di strumenti utilizzabili legato ad un calendario preciso per l'effettuazione pratica di ognuno di essi, semmai testando la comunicazione con una parte dei clienti per valutarne il ritorno.

2.4. Consulenza in ambito amministrativo

Ci si propone di esaminare in modo molto pratico, ed in generale, gli aspetti amministrativi dell'impresa, dalla fatturazione ai rapporti con clienti e fornitori nonché all'archiviazione dei documenti.

Si cercherà di rispondere all'effettiva necessità di capire esattamente come organizzare gli aspetti amministrativi, come predisporre un documento contabile o come archiviare tutta la documentazione afferente l'area in questione, gestione del protocollo, ecc.

2.5. Consulenza nel settore del credito e della finanza agevolata

Verrà messo a disposizione delle aziende target un esperto nel campo dell'intermediazione creditizia che sia in grado di dare risposte circa le necessità finanziarie e gli strumenti presenti per soddisfarle.

Verrà data particolare attenzione anche agli aspetti legati al sistema delle garanzie e a come accedervi sia attraverso operatori privati sia attraverso il ricorso ad operatori pubblici.

A ciò si aggiunga la possibilità, nei limiti delle agevolazioni concedibili, di poter richiedere ulteriori aiuti agli investimenti ed alla gestione, attraverso bandi erogatori di risorse finanziarie agevolate. In questo caso la consulenza verterà sulle informazioni circa i bandi in essere presenti a livello nazionale e regionale.

2.6. Consulenza nel settore dell'internazionalizzazione

Da un'analisi territoriale emerge una debole propensione delle imprese locali, soprattutto le micro e piccole imprese a confrontarsi con i mercati esterni, in particolar modo quelli esteri. La ridotta dimensione delle imprese, la debole competitività, sono fattori che accentuano le difficoltà a misurarsi con l'esterno.

Ciò suggerisce di focalizzare l'attenzione sul Marketing Strategico ed Operativo disciplina che costituisce un'ottima leva per rafforzare la capacità delle imprese di "penetrare" i mercati.

Il servizio si concretizzerà nell'erogazione, alle micro e piccole imprese dell'area, di servizi di consulenza inerenti l'internazionalizzazione ed il marketing.

2.7. Supporto negli adempimenti previsti dal bando

Abruzzo Sviluppo SpA acquisirà richieste di informazioni e fornirà ove possibile indicazioni alle aziende beneficiarie, circa il rispetto degli adempimenti previsti dal Bando.

3. MODALITÀ DI EROGAZIONE DEI SERVIZI

Lo Sportello informativo prevederà attività sia di front office che di back office. Sarà attivato un account di posta elettronica dedicato. Il processo di erogazione dei servizi di consulenza sarà il seguente:

1. Realizzazione database anagrafiche imprese beneficiarie (back office);
2. N. 3 contatti diretti con le imprese beneficiarie:
 - il primo per pianificare l'intervento di consulenza (front office/back office);

- il secondo per una verifica intermedia ed un eventuale riesame dell'intervento in corso di realizzazione (front office/back office);
 - il terzo per una verifica finale dell'intervento (front office/back office);
3. Rilevamento delle esigenze delle imprese beneficiarie per la definizione dei servizi di consulenza da erogare (front office);
 4. Definizione del piano di consulenza concertato (back office);
 5. Erogazione del servizio di consulenza attraverso le seguenti metodologie (front office/back office):
 - a. direttamente presso la sede dello sportello informativo
 - b. per telefono
 - c. on-line in modalità asincrona
 6. Follow-up del servizio offerto (front office/back office)

Tutte le attività di front office dello Sportello Informativo si espletteranno recandosi personalmente presso gli uffici di Abruzzo Sviluppo SpA, previo appuntamento telefonico, nei giorni di apertura dello Sportello.

Lo Sportello Informativo sarà operativo nei seguenti giorni e ai seguenti orari:

Lunedì: 09.00 – 13.00

Martedì: 09.00 – 13.00

Mercoledì: 09.00 – 13.00

Giovedì: 09.00 – 13.00

Venerdì: 09.00 – 13.00

4. LA TEMPISTICA

GANNT												
SPORTELLINO INFORMATIVO	MESI											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

5. LE CARATTERISTICHE DELLE RISORSE IMPEGNATE

I servizi di consulenza saranno erogati da dipendenti della Società Abruzzo Sviluppo SpA e/o da professionisti esterni e/o da società di consulenza esterne:

5.1. Skills professionali

Tutte le risorse impegnate nell'erogazione dei servizi di consulenza dovranno essere in possesso di una consolidata esperienza nella consulenza aziendale nelle tematiche elencate in precedenza e nello specifico:

- in contabilità e amministrazione;
- in marketing;
- in comunicazione efficace;
- in finanza e credito;
- in internazionalizzazione.

6. MODALITA' DI RENDICONTAZIONE

Le attività saranno svolte nel rispetto di quanto previsto nella Convenzione sottoscritta il 9 luglio 2014 e rendicontate secondo i dettami e i principi del FSE.