

IMPRENDITORIA E LEADERSHIP

Creare una startup. Come?

di **Luisa Capitanio** – Imprenditrice, consulente di strategia e organizzazione per PMI

Non pensare solo al mondo digitale, perché ogni azienda che nasce da un'idea innovativa, diversa e differenziante è una **startup**.

Quali sono le **caratteristiche di una startup**?

- L'essere **innovativa**, cioè proporre prodotti o servizi che prima non c'erano, ma anche migliorare qualche cosa che già c'era.
- L'essere **scalabile**, cioè poter essere implementata con facilità crescendo velocemente pur con investimenti contenuti.
- L'essere **replicabile**, cioè rappresentare un modello ripetibile anche in contesti differenti.
- L'avere un **alto contenuto tecnologico**, cioè la capacità di migliorare i processi, abbattere i costi, ridurre l'impatto ambientale e aumentare il benessere delle persone.

E da dove nasce un'**idea**? Di solito dall'osservazione di un problema e da una illuminazione.

Illuminazione che spesso e volentieri arriva quando si è noi stessi consumatori, utenti portatori del problema.

Ecco che, nelle vesti dell'utente cogliamo i limiti di quanto il mercato offre in quel momento e pensiamo a soluzioni davvero nuove.

Dopo aver maturato l'idea, è importante **analizzare il contesto** di riferimento ed i mercati nei quali è possibile trovare clienti.

Le analisi passano attraverso la scelta del territorio geografico, il confronto con i competitor, la verifica di norme e restrizioni.

E infine arriva il momento di **stendere un business plan**, che darà concretezza all'idea (strategie, numeri, azioni). Che cosa inserire?

- Le attività da svolgere per fornire ai clienti il prodotto/servizio.
- Come relazionarsi con i clienti.
- Come farsi conoscere, come contattare quei clienti.
- Le risorse necessarie (fisiche, materiali, finanziarie, organizzative) per svolgere le varie attività.

- La capacità di auto-finanziarsi nel tempo.
- E qualora le risorse non fossero sufficienti, come recuperarle?
- I costi della struttura, per raggiungere i clienti e per fornire il prodotto/servizio.
- I prezzi di vendita, tali da competere virtuosamente e generare un buon margine.
- Le caratteristiche di replicabilità che - una volta fatto funzionare il modello - renderanno il progetto scalabile.

Da ultimo, ma davvero *mission critical*, la **scelta dei soci**. Che tu entri in una *startup* già avviata o che tu scelga di fare entrare qualcuno nella tua *startup*, è importante la reciproca conoscenza.

Approfondire lo scopo e i reciproci valori, ragionare sulle competenze reciproche, avere come obiettivo la creazione di un buon team. Ma per avere tutto questo, non dimenticare:

- Condividi scopo e valori della *startup* e verifica che siano coerenti con i valori personali dei soci.
- Sii disponibile (e chiedi disponibilità) a mettere a servizio della startup un capitale paziente e di integrare in caso di bisogno.
- Fai quel che serve, quando serve e chiedi altrettanto ai tuoi soci.
- Cerca competenze che siano diverse ed integrabili alle tue e comunque funzionali all'idea di business che intendi sviluppare.
- Metti a disposizione e cerca a tua volta le soft skills del leader moderno: umiltà, apertura mentale, spirito di sacrificio, responsabilità, puntualità, curiosità.
- Crea una cultura della fiducia, del rispetto e della sicurezza psicologica.

Creare una *startup* insieme ad altre persone permette di confrontarsi, di vedere le cose da prospettive e angolazioni differenti. Stimola fortemente la creatività e sprona continuamente all'innovazione e al miglioramento.

La genetica di una startup la si misura soprattutto dall'atteggiamento *open*: aperto al confronto, generoso perché disponibile a mettere in circolo le proprie conoscenze e competenze e lungimirante perché sa che insieme si va molto più lontano.

