

6° passo



EYE

**ETHICS & YOUNG
ENTREPRENEURS**

Educazione Imprenditoriale *Etica* per i giovani

VALIDAZIONE

Se abbiamo l'idea

**Validare l'idea è il processo
che viene subito dopo**



Validare l'idea

è il processo tramite cui si
testa e si convalida la coppia
cliente problema
e la soluzione



A che serve la validazione?



1 Risparmiare tempo e denaro



2 Ridurre il rischio di fallimento



**3 Generare potenziale
interesse verso la tua
soluzione**



Le fasi della validazione di un'idea



Fase 1

Validazione della coppia cliente-problema



Fase 1

Validazione della coppia cliente-problema

È utile a verificare la reale presenza del problema e soprattutto assicurarsi che le persone che hanno quel problema siano anche in cerca di una soluzione e siano disposte a pagare per questa soluzione.



1. Definisci il problema

2. Definisci le tue buyer personas

3. Parla con i potenziali clienti attraverso questionari e interviste di validazione

Sia nel questionario che nelle interviste ricordati che il tuo obiettivo in questa fase è capire se la persona ha un problema/bisogno da soddisfare, quanto questo problema è sentito e come si comporta di fronte al problema.



Struttura del questionario di validazione

- 1. Domande generali di scrematura (età, posizione geografica, genere)**
- 2. Domande sul problema e sulle abitudini**
- 3. Richiesta contatti**



Consigli generali sul questionario di validazione

- 1. Non superare le 10-15 domande (max 3-5 minuti di tempo di compilazione)**
- 2. Evita le domande aperte, le domande al futuro e di dare incentivi**
- 3. Poni domande chiare e al passato**
- 4. Evita di rendere obbligatorio rilasciare il contatto**



Fase 2

Validazione della soluzione



Fase 2

Validazione della soluzione

La mia idea è davvero la soluzione migliore che le persone stanno cercando?



- 1. Definisci la tua unique value proposition**
- 2. Stabilisci le tue 4P del marketing (Product - Price - Place - Promotion)**
- 3. Effettua uno smoke test - landing page in cui mostri il tuo prodotto o servizio**
- 4. Costruisci un MVP (Minimum Viable Product)**



KOLOS
Il primo
gaming wheel
per iPad





MVP di Kolos





**Se la validazione
ha successo
andiamo avanti**





**Se la validazione
fallisce l'idea
d'impresa va
ripensata in
funzione dei
feedback ricevuti**

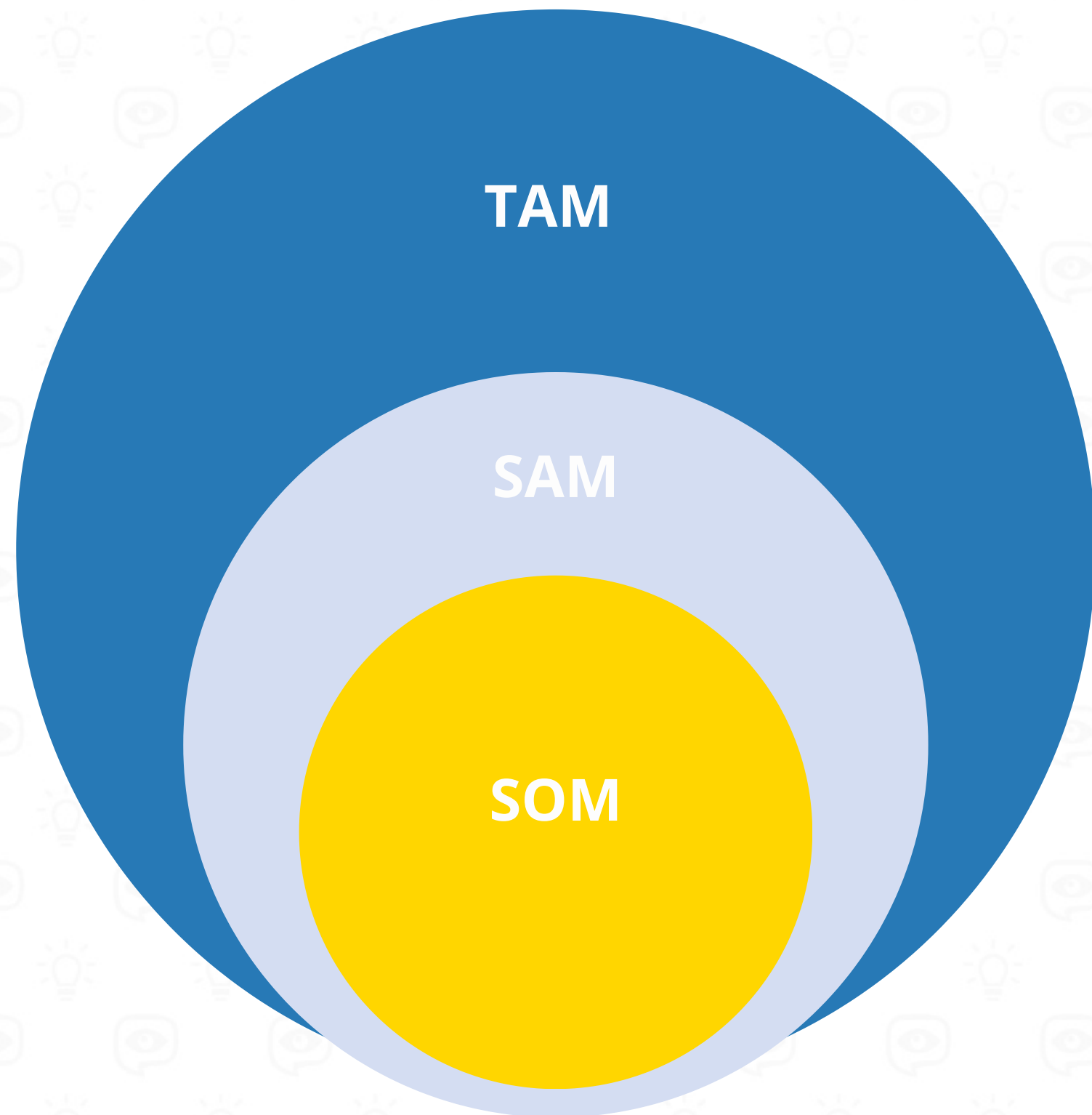




**Fino ad arrivare al
PIVOT**



Mercato



TOTAL AVAILABLE MARKET

Quali sono le dimensioni del mercato più grande possibile?
Dato: reperibile tramite ricerca di mercato a tavolino (citare fonte)

SERVICEABLE AVAILABLE MARKET

Quale porzione di quel mercato si adatta a te?
Dato: Dato: reperibile tramite ricerca di mercato a tavolino (citare fonte)

SERVICEABLE OBTAINABLE MARKET

Quale percentuale di quel mercato riesco a raggiungere?
Dato - Ipotesi



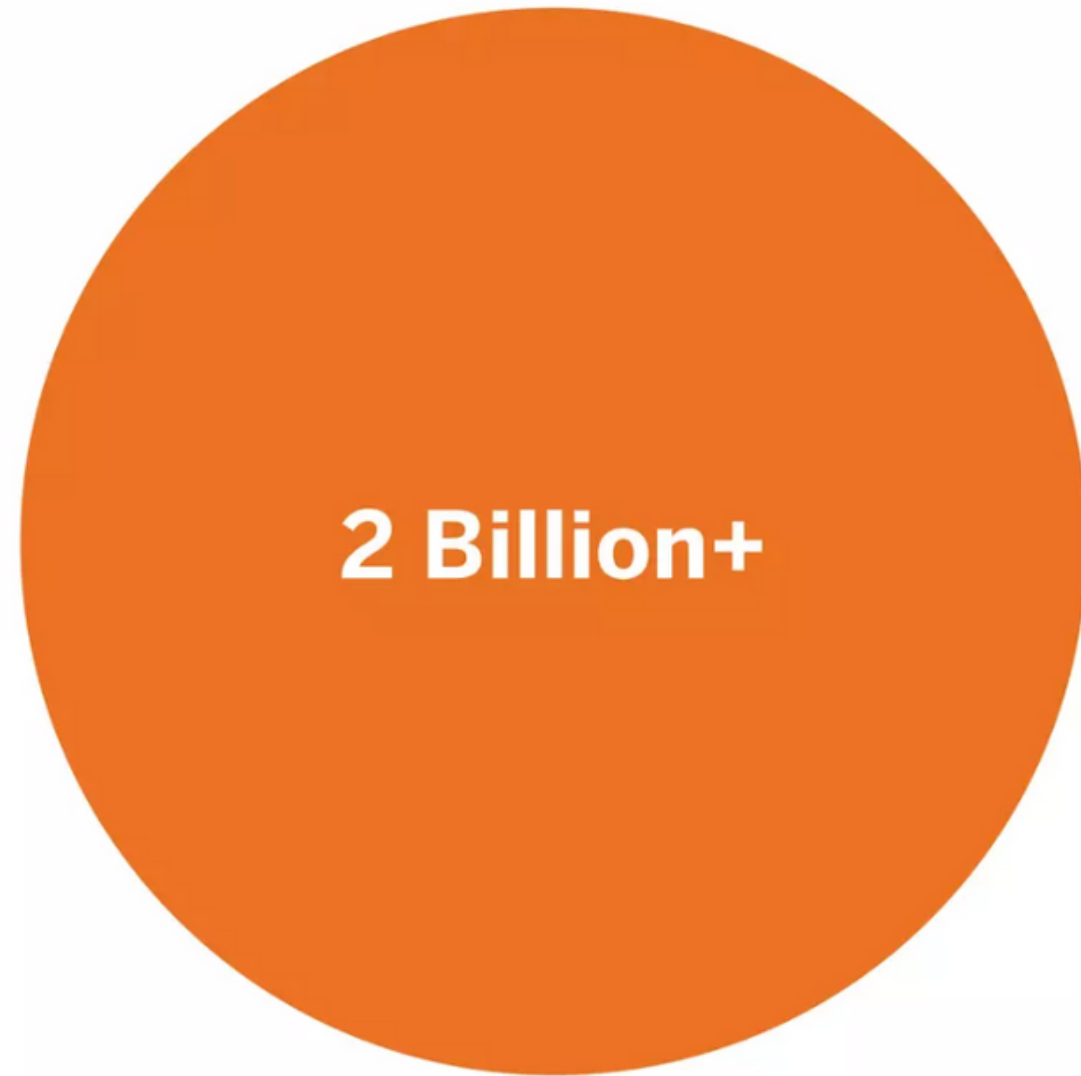
Mercato

**Come si calcolano
Tam Sam e Som?**



Esempio Tam Sam Som

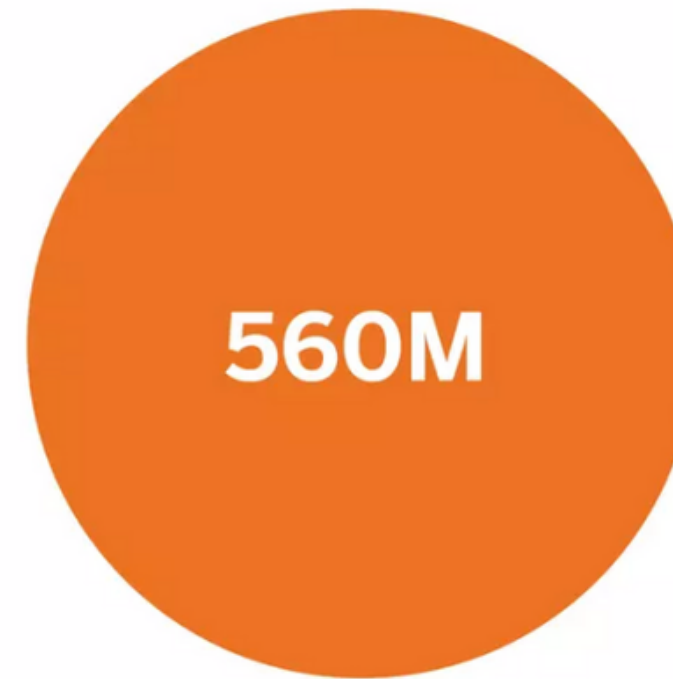




TRIPS BOOKED (WORLDWIDE)

Total Available Market

source: Travel Industry Association of America & World Tourism Organization



BUDGET&ONLINE

Serviceable Available Market

source: comScore



TRIPS W/AB&B

Share of Market

15% of Available Market



Airbnb

TAM

**Airbnb ha stimato
+ di 2 Miliardi di
viaggi in tutto il
mondo**

**Fonte: Travel Industry
Association of America &
World Tourism
Organization**

SAM

**560 milioni di
viaggi economici
prenotati online**

Fonte: comScore

SOM

**Hanno ipotizzato
di poter accedere
a 84 Milioni dei
viaggi in tutto il
mondo**

Stimato il 15% del TAM



**Perchè fare
l'Analisi di Mercato
(TAM SAM SOM) in fase di
ideazione d'impresa?**



- 1. Comprendere le dimensioni del mercato in cui vogliamo entrare**
- 2. Pianificare meglio il lancio del nostro nuovo servizio/prodotto**
- 3. Le metriche TAM, SAM, SOM sono estremamente importanti per gli investitori perchè forniscono una chiara comprensione del potenziale del mercato di una startup e degli obiettivi realistici che può raggiungere**



Concorrenti

	caratteristica 1	caratteristica 2	caratteristica 3	caratteristica 4	caratteristica 5
Il tuo logo	✓	✓	✓	✓	✓
concorrente 1	✓	✓	✓	✗	✗
concorrente 2	✗	✗	✗	✓	✓
concorrente 3	✗	✗	✗	✗	✓
concorrente 4	✗	✓	✗	✓	✗
concorrente 5	✓	✗	✗	✗	✗



Perchè fare

**l'Analisi della Concorrenza in
fase di ideazione d'impresa?**



1. Confrontare la novità idea di prodotto/servizio con i prodotti/servizi già presenti sul mercato

2. Verificare l'effettiva originalità e qualità della nostra idea

3. Ci aiuta a definire la nostra proposta di valore unica (la nostra idea cosa ha veramente di differente e di migliore rispetto a quello che troviamo già presente sul mercato)





EYE

**ETHICS & YOUNG
ENTREPRENEURS**

Educazione Imprenditoriale *Etica* per i giovani

eyeidea.it | eyee.eu

