

**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





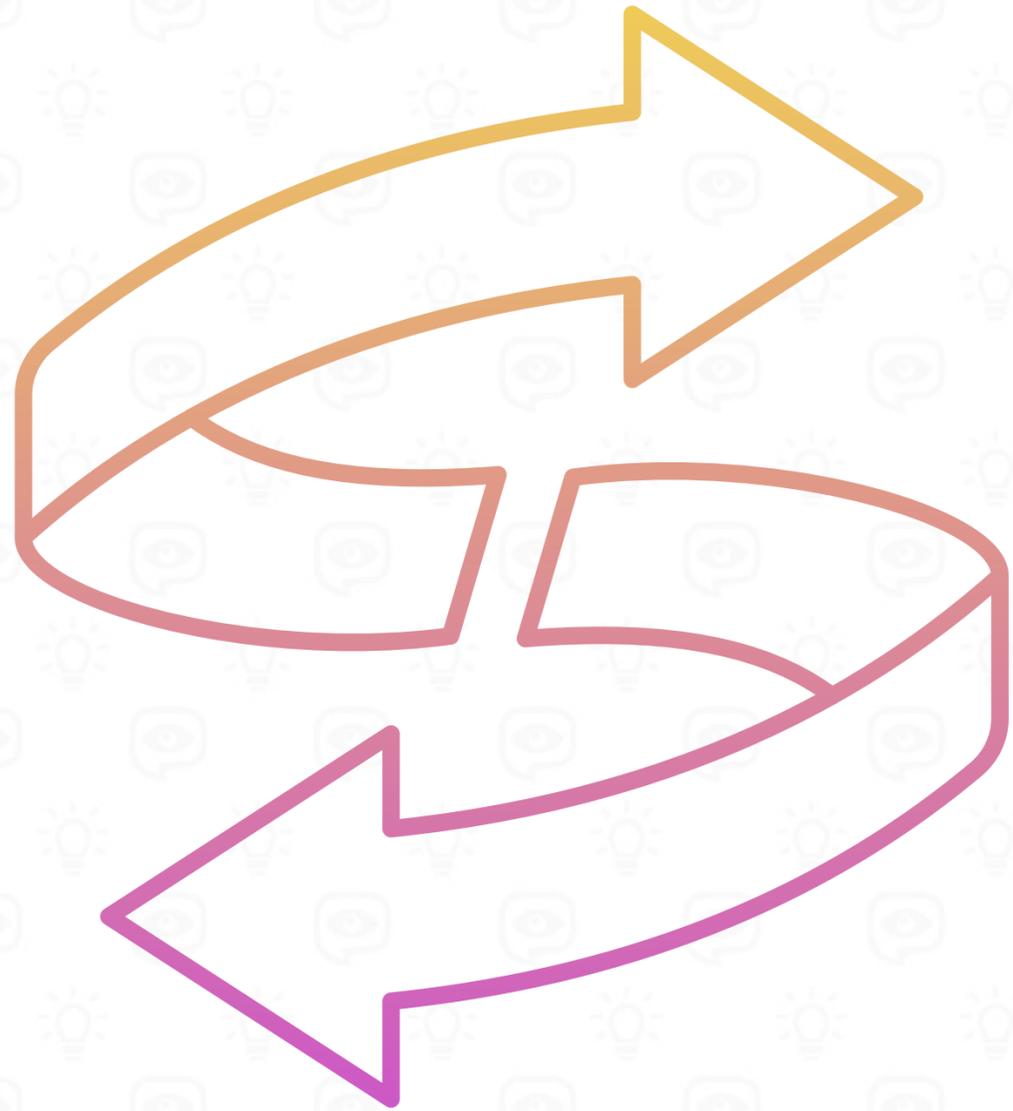
**Se la validazione  
ha successo  
andiamo avanti**





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

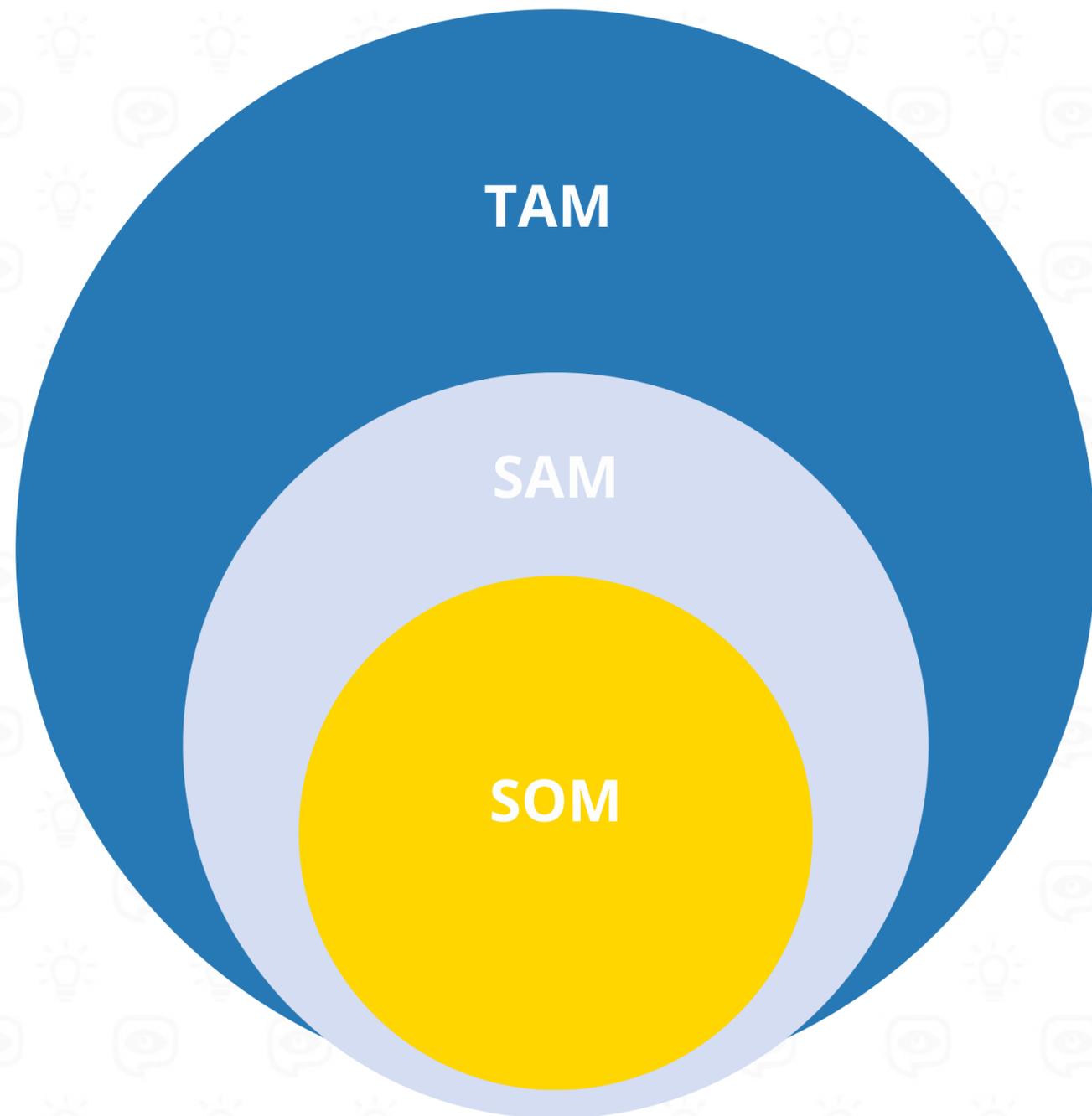




**Fino ad arrivare al  
PIVOT**



# 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



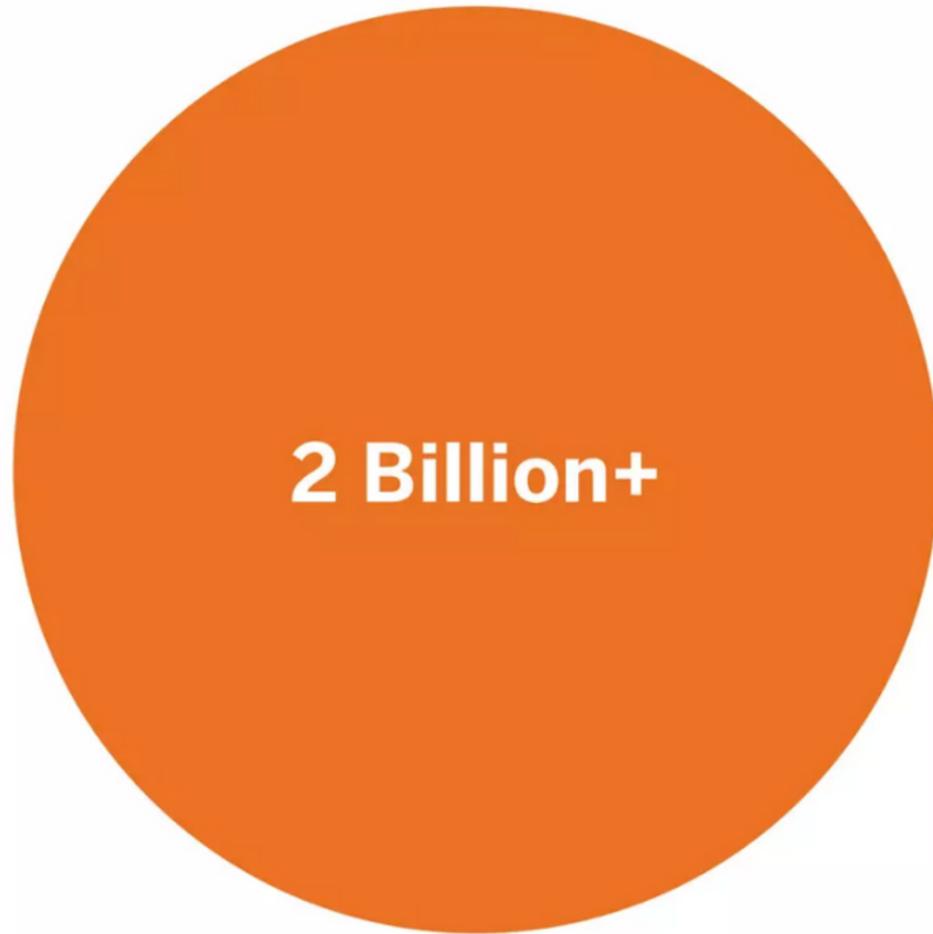
# **Mercato**

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



# Esempio Tam Sam Som

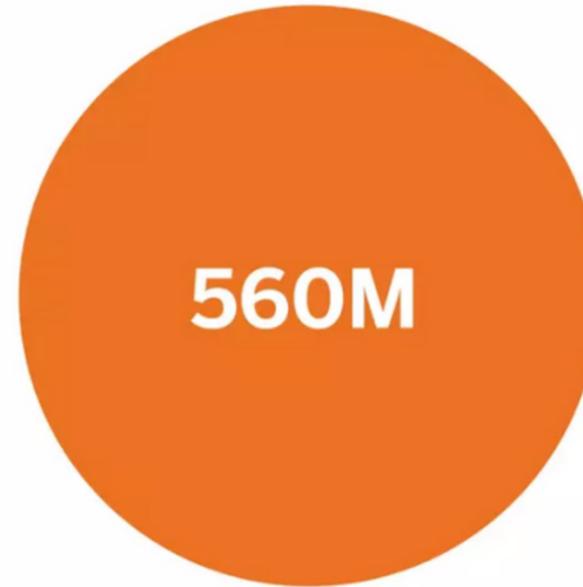




**TRIPS BOOKED (WORLDWIDE)**

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](http://eyeidea.it) | [eyee.eu](http://eyee.eu)

