

COMPETENZE DI VISIONE (VISION)

Una prerogativa fondamentale di chi crea un'impresa è "avere visione", cioè una cognizione originale della realtà, una comprensione a 360°, un pensiero-guida. Questa visione permette sia di scoprire e sfruttare le opportunità presenti nel contesto, sia di generare una visione strategica che guarda avanti, intorno, indietro.

Senso delle opportunità

Capacità di riconoscere opportunità per la propria impresa attraverso una comprensione originale dell'ambiente esterno e una ri-combinazione inedita delle risorse e vincoli esistenti.

Pensiero strategico

Capacità di prefigurare lo stato futuro del proprio business e di sviluppare un concezione della propria impresa chiara e sintetica.

COMPETENZE DI AZIONE (ACTION)

Realizzare, "fare accadere le cose" comporta un'impressionante quantità di tempo ed energia dedicata alla gestione d'impresa (la cosiddetta execution): pianificare o improvvisare, fare direttamente o delegare, risolvere problemi o prendere decisioni, strutturare il lavoro o organizzarlo in modo informale.

Presenza di decisione

Capacità di rispondere alle sollecitazioni e pressioni provenienti dall'interno e dall'esterno dell'impresa, individuando soluzioni praticabili e passando velocemente all'azione.

Coordinamento

Capacità di organizzare risorse di varia natura (tempi, tecnologie, persone e competenze, processi di lavoro, risorse finanziarie) verso il risultato atteso.

COMPETENZE DI RELAZIONE (RELATIONSHIP)

Avviare un'impresa vuol dire costruire e gestire relazioni interpersonali di ogni tipo e con molte figure chiave: finanziatori e soci, collaboratori e fornitori, clienti e partner, associazioni di categoria e istituzioni. Per fare ciò è indispensabile una notevole leadership, intesa come capacità di guida, orientamento, influenza.

Leadership di influenza

Capacità di suscitare e ottenere consenso e sostegno grazie alla facilità di sviluppare relazioni interpersonali e creare sintonia con le figure chiave per una neo-impresa.

Leadership di servizio

Capacità di supportare le risorse interne dell'impresa per suscitare in loro impegno verso obiettivi sfidanti di lavoro e senso autentico di appartenenza all'azienda.

COMPETENZE DI MERCATO (MARKET)

Quando si avvia un business, non sempre si ha un'esperienza completa della "industry" in cui si intende operare. È determinante potenziare l'insieme di queste competenze e svilupparle rispetto al mercato di interesse. Le sue componenti sono almeno cinque:

- 1) modalità di scambio** (canali distributivi, fisici e web, geografia fisica del mercato)
- 2) operatori** (concorrenza, segmenti di clientela, intermediari, filiere di fornitura)
- 3) pricing** (posizionamento di prezzo, struttura dei costi, marginalità, volumi, andamento ciclico del mercato)
- 4) regolamentazione** (normative di settore, certificazioni e abilitazioni, enti regolatori)
- 5) trend** (tendenze future, trasformazioni tecnologiche, innovazioni imminenti)

COMPETENZE DI BUSINESS CREATION

Il cuore di queste competenze è saper ideare, testare e sviluppare un business nascente. È il know-how meno diffuso fra i neo-imprenditori, che spesso la sottovalutano. Chi vuole avviare un'impresa spesso confida nella sua conoscenza tecnica del prodotto o servizio, nel fatto di sapere tutto di gestione amministrativa, nell'essere un ottimo venditore. Qui si tratta di qualcosa di molto diverso, che integra e lega il mercato di riferimento e i processi aziendali interni nell'offerta di valore unica dell'impresa. I punti cruciali di queste competenze riguardano:

- 1) validazione del problema e della clientela**
- 2) validazione dell'offerta (soluzione di prodotto o servizio)**
- 3) validazione del MPR (Minimo Prodotto Realizzabile)**