

# Indice generale

<b>Introduzione .....</b>	<b>xii</b>
<b>Capitolo 1 Da dove comincio? .....</b>	<b>1</b>
Parto: quindi mi fermo.....	2
Cosa realizzerà la startup .....	2
Piace o non piace? L'esperienza Facemash.com .....	4
L'atteggiamento efficace .....	4
E se non funzionasse? È comunque un risultato.....	5
Questo libro .....	6
<b>Capitolo 2 Per iniziare bene .....</b>	<b>7</b>
Nome dell'azienda .....	7
Esempi di nome non comunicativo.....	8
Il logo dell'azienda.....	8
Il carattere tipografico o font .....	9
I colori: significati .....	10
I colori: tipi e costi.....	11
Test di riproducibilità.....	12
Definizione dello standard .....	13
Indirizzo web del sito .....	13
La forma giuridica .....	13
Il numero di telefono .....	13
Le caselle email nel dominio della startup.....	14
Indirizzo personale: paolo@startup.new .....	14
Indirizzo di funzione: vendite@startup.new .....	15
L'immaneabile: info@startup.new.....	15
Indirizzo di posta elettronica certificata (PEC).....	15
Assegnare immediatamente le risposte .....	16
Multicanalità.....	17
Esempi di strumenti di dialogo.....	17
Assistenza remota.....	17
Skype .....	18
WhatsApp .....	18
<b>Capitolo 3 Organizzazione, pianificazione e competenze di gestione .....</b>	<b>21</b>
L'idea di business.....	21
Io sono diverso: distinguibilità .....	22

Ho qualcosa per te .....	23
Promesse, promesse, promesse... da mantenere .....	25
Pianificare significa risparmiare .....	25
Come fanno le altre startup? .....	26
Fuckup Nights .....	26
Aggregatori & Co. ....	27
Spazi temporali personali .....	27
Spazi fisici .....	28
Spazi virtuali: i supporti informatici.....	28
Problematiche di Dropbox, OneDrive, WeTransfer e altri .....	30
Organizzare se stessi .....	30
Il blocco appunti .....	31
Il tempo e i meeting .....	31
Organizzarsi per l'eventuale fuoriuscita di soci.....	32
In sintesi .....	32

## Capitolo 4 Business plan e Business Model Canvas .....33

Il business plan serve veramente? A chi?.....	33
Com'è composto il business plan.....	34
Compiti .....	34
Analisi del mercato .....	35
Pianificazione finanziaria .....	36
Allegati e integrazioni .....	37
Business Model Canvas .....	38
Operativamente... ..	39
Dove reperire i modelli .....	40

## Capitolo 5 Trovare i finanziamenti .....41

Quanto denaro si deve trovare? .....	41
I primi capitali .....	43
Chi riceve il denaro?.....	43
Tempi di restituzione .....	44
Cosa si deve scrivere .....	44
Nuovi investitori.....	45
Istituti finanziari ovvero le banche .....	45
Business angel .....	46
Venture capitalist.....	47
Crowdfunding .....	49
Incubatori e acceleratori .....	50
Fondi regionali .....	51
In sintesi .....	52

## Capitolo 6 Scegliere la forma giuridica .....53

Il numero "giusto" di soci .....	53
La forma giuridica .....	55
Parametri per scegliere .....	56
Prima di costituire la società.....	57

Fondare una startup innovativa.....	58
Benefici.....	59
Requisiti.....	59
Costituzione online.....	60
Costi annuali.....	62
Dopo la costituzione.....	62
E-commerce: prima dell'avvio.....	63
Il Comune.....	63
L'Agenzia delle Entrate.....	63
Vendite all'estero.....	63
<b>Capitolo 7 La sede.....</b>	<b>65</b>
Inizio da casa mia.....	65
Inizio in un acceleratore o incubatore.....	66
Accedere ai capitali.....	67
Inizio in un coworking.....	68
Inizio con un ufficio in locazione.....	68
<b>Capitolo 8 Il mercato.....</b>	<b>71</b>
Acquisire informazioni sul mercato di riferimento.....	72
Il mio prodotto/servizio è il migliore.....	73
Tipologia dei clienti: B2B, B2C, chiunque?.....	74
Analizzare la concorrenza.....	75
Google e Bing.....	76
Siti web della concorrenza e degli operatori di settore.....	77
Riviste di settore.....	77
Fiere di settore.....	77
Ricerche di mercato.....	80
Le associazioni di categoria.....	83
Il consumatore e la normativa a tutela.....	84
Terminologia.....	84
Etichettatura dei prodotti.....	84
L'attività commerciale.....	85
Clausole vessatorie.....	86
Vendite a distanza.....	86
Diritto di recesso: quando non è applicabile.....	88
In sintesi.....	88
<b>Capitolo 9 Il prezzo.....</b>	<b>89</b>
Costi fissi, costi variabili, ammortamento: un po' di chiarezza.....	90
Costi fissi.....	91
Costi variabili.....	91
Costi fissi e variabili sul prezzo di vendita.....	91
Suggerimenti per la ripartizione dei costi fissi.....	93
Prezzo alto, prezzo basso.....	93
Alzare il prezzo.....	94
Ridurre il prezzo.....	94

Psicologia del prezzo.....	95
Virgola 99 .....	95
Soglie e fasce prezzo .....	96
Non dimenticando le imposte.....	96

## **Capitolo 10 IVA e relativi calcoli.....97**

Le basi .....	97
Termini .....	98
Pluralità di aliquote .....	98
Come effettuare i calcoli .....	99
Valore dell'IVA di un imponibile.....	99
Valore dell'importo IVA inclusa .....	99
Calcolare l'imponibile o scorporare l'IVA.....	100
Calcolare la percentuale utilizzata.....	100
Il 22% di quello che incasso non è per me .....	100
Il prezzo esposto: obbligo di IVA inclusa per il consumatore .....	100
Deducibilità dell'IVA .....	101
Versamenti all'Erario .....	101
Dichiarazione periodica e annuale.....	101
Reverse charge .....	101
Riferimenti per approfondimenti normativi .....	102

## **Capitolo 11 La tenuta della contabilità .....103**

Commercialista: sì o no?.....	103
I documenti fiscali .....	104
Il “gestionale”: sì o no?.....	105
Indicazioni relative al luogo di tenuta della contabilità .....	105
Sito web .....	106
Richiedere l'attestazione al commercialista .....	106
Cambio di sede.....	106
Cambio di sede del commercialista .....	106

## **Capitolo 12 Il conto corrente.....107**

Come scegliere .....	107
I costi del conto corrente .....	107
Riconciliazione o controllo del saldo .....	109
I soldi sul conto non sono subito disponibili .....	109
Il codice IBAN .....	110
Chi può operare allo sportello.....	111

## **Capitolo 13 I fornitori.....113**

Anticipare per evitare le scelte frettolose .....	113
Cosa mettere per iscritto con il fornitore.....	114
Chiedo ad amici e parenti?.....	115
Fornitori di servizio .....	115
Ritenuta d'acconto e il 4% previdenziale.....	116
Fornitori internazionali.....	117
Domande utili alla selezione.....	117

La trattativa con il fornitore.....	118
Preparare l'incontro .....	118
Durante l'incontro .....	118
Argomenti utili per il miglior prezzo.....	119
Indispensabili in oligopolio .....	119
La software house .....	120
Licenze gratis da Microsoft .....	121
<b>Capitolo 14 Il sito web.....</b>	<b>123</b>
Il nome.....	123
Le estensioni di altre nazioni.....	123
La verifica dei nomi.....	124
Registrare il sito.....	125
Informazioni .....	125
Scegliere l'azienda di registrazione.....	126
Certificati SSL DV.....	126
Servizi durante la registrazione.....	127
Servizi utili aggiuntivi.....	127
La proprietà del nome .....	129
Fase operativa .....	129
Under construction .....	129
Prima di progettare il sito.....	130
Realizzare il sito .....	130
Competenze necessarie .....	132
Delegare la realizzazione di un sito ad altri .....	133
Realizzare un sito web in-house .....	134
Italiano, inglese e.....	134
Google per tradurre le proprie pagine.....	136
Il contenuto.....	139
I testi.....	140
Le fotografie.....	140
Le fotografie di Google si possono utilizzare se.....	141
Copiare le fotografie: non lo vedrà nessuno?.....	143
Sito in hosting o in-house? .....	143
<b>Capitolo 15 Strumenti per lavorare online .....</b>	<b>145</b>
Google Alert: monitorare la Rete .....	145
Google AdWords: la pubblicità .....	147
Newsjacking: il valore delle notizie.....	149
Blog e forum: il valore degli utenti .....	150
OAuth 2.0: l'autenticazione facile.....	150
Antivirus e sicurezza del sito .....	153
<b>Capitolo 16 La pubblicità.....</b>	<b>155</b>
La strategia.....	155
Gli strumenti .....	156
Fare pubblicità alla pubblicità .....	156
Social media .....	157

Motori di ricerca e portali.....	157
Webinar e workshop .....	158
Webinar.....	158
Workshop .....	159
Televisione, radio, affissioni, stampa .....	160
Sponsorizzazioni.....	160

## **Capitolo 17 I comunicati stampa .....161**

Il comunicato stampa .....	161
Meno è meglio?.....	163
Cosa fa notizia? .....	164
Stabilire una relazione personale.....	164
Da nessuna notizia pubblicata all'effetto valanga .....	164
Ufficio stampa interno o esterno?.....	165
In sintesi .....	166

## **Capitolo 18 DEM o Direct Email Marketing.....167**

Regole base .....	168
L'oggetto .....	168
Corpo del messaggio .....	168
Come realizzare il "telefona immediatamente!" o "Clic to call" ...	169
I destinatari.....	170
Sottoscrizioni volontarie .....	171
Acquistare liste di destinatari .....	172
Recuperare email dalle pagine web.....	173
A/B test .....	173
Personalizzare il contenuto.....	174
Riportare le informazioni d'autorizzazione .....	174
Come inviare email personalizzate.....	175
Sistemi in-house .....	175
Sistemi in service .....	177
Mancate consegne .....	178
Controllo aperture .....	178
Landing page .....	179
Controllo del clic di origine.....	179
Cancellare l'iscrizione .....	180
La pagina di gestione .....	180
Mailto:.....	181
In sintesi .....	181

## **Capitolo 19 Materiale per presentarsi personalmente .....183**

Biglietti da visita .....	184
vCard e QR Code.....	184
Presentazione cartacea dell'azienda.....	186
La dimensione .....	187
I testi.....	188
Le immagini .....	188
Presentazione del prodotto.....	189

La scheda tecnica del prodotto .....	189
In sintesi .....	189
<b>Capitolo 20 Organizzare la vendita .....</b>	<b>191</b>
Il materiale da preparare per presentare il prodotto .....	192
Documenti contrattuali da preparare .....	192
Condizioni generali di vendita .....	193
Contratto di compravendita .....	193
Come far firmare i documenti al cliente .....	194
Tramite Web .....	194
Tramite posta elettronica certificata (PEC) .....	194
Tramite email ordinaria .....	195
Email di conferma dell'avvenuta compravendita .....	195
Prevendita .....	196
La prevendita come fonte di informazioni .....	196
<b>Capitolo 21 E-commerce: vendere grazie al Web .....</b>	<b>197</b>
Mercato potenziale .....	197
Obblighi iniziali .....	200
Accise & Co. ....	201
Tipologie di e-commerce .....	201
E-commerce diretto: servizi e prodotti non fisici .....	201
Vendere verso il mercato nazionale .....	201
B2C: verso il consumatore .....	202
B2B: verso il professionista .....	202
Vendere verso i Paesi dell'Unione Europea .....	202
Canale B2C .....	202
Canale B2B .....	203
Vendite verso altri Paesi (extra UE) .....	204
Documenti per il cliente .....	204
<b>Capitolo 22 La rete di vendita umana .....</b>	<b>205</b>
Perché adottare un commerciale in carne e ossa .....	205
Come valutare un commerciale esperto .....	206
Il colloquio .....	206
Prima dell'incontro .....	206
Durante l'incontro .....	207
Al termine dell'incontro .....	207
Al termine della selezione .....	208
Comparazione fra agente di commercio e dipendente .....	208
Agente di commercio .....	210
In esclusiva o condiviso .....	210
Il mandato: informazioni da inserire .....	210
Le vendite via Internet .....	212
Come rintracciare un agente .....	212
FNARC .....	212
Utilizzare piattaforme di riferimento .....	212
Chiedere al mercato .....	212

Mediante il sito della startup .....	213
Se un agente non lavora abbastanza .....	213
Costi aggiuntivi .....	213
Dopo la conclusione del rapporto .....	214

## **Capitolo 23 Incassare le vendite .....215**

Contanti .....	216
Contrassegno .....	216
Bonifico bancario .....	216
Assegno bancario .....	217
Assegno circolare .....	218
PayPal.....	218
Carta di credito, carta di debito, bancomat e prepagata ricaricabile.....	221
Carta di credito .....	221
Bancomat .....	221
Carta prepagata ricaricabile.....	222
Bitcoin e criptovalute.....	222
Aprire il conto bitcoin.....	222
Come comprare la crittovaluta .....	224
Pagare ed essere pagati tramite crittovaluta .....	225
In sintesi .....	226

## **Capitolo 24 Gestire i clienti con CRM e ticket.....227**

CRM: cos'è e la sua importanza.....	227
CRM: come si crea.....	228
Ticket di supporto per il cliente .....	232
Trasformare i problemi in motivi di finanziamento .....	232
Modelli di risposta o template .....	232
Analisi periodica dei problemi.....	233

## **Capitolo 25 Complimenti e critiche dei clienti.....235**

I complimenti: come rispondere.....	235
Le critiche arrivano sempre, per fortuna .....	236
L'atteggiamento da tenere verso chi critica .....	236
Ricontattare il cliente .....	237
Ricontattare il cliente tramite un responsabile.....	237

## **Appendice Documenti digitali certificati.....239**

Hash.....	239
Firma digitale .....	240
Marcatura temporale .....	242

## **Indice analitico.....243**