IMPRENDEREORA / KIT FOUNDER

[Nome del progetto]

[Una frase che spiega il valore per il cliente, non uno slogan]

[Settore] • [Regione] • [Fase]

Richiesta: [capitale / socio operativo / partnership] | [Importo o contributo]

Un problema reale e verificabile

Descrivi chi soffre il problema, quanto spesso e come lo risolve oggi.

Cliente prioritario

[Persona / impresa / settore, dimensione e contesto specifico]

Problema / costo

[Tempo, costi, rischi o opportunità perse, con una fonte o un'intervista]

EVIDENZA DI PARTENZA

[Una citazione cliente, un numero o un dato di processo verificabile]

La soluzione in 30 secondi

Mostra cosa offri e perché è migliore rispetto all'alternativa usata oggi.

Come funziona

[1. Ingresso / 2. Esperienza / 3. Risultato per l'utente]

Beneficio principale

[Risultato ottenibile o metrica da validare, senza promesse certe]

Perché adesso

[Cambiamento normativo, comportamento, tecnologia o offerta di mercato rilevante]

Mercato: dalla teoria al cliente raggiungibile

Preferisci un perimetro realistico a stime troppo ampie. Cita fonte e anno nelle note.

[TAM €]

Mercato totale

[Definizione + fonte]

[SAM €]

Mercato servibile

[Geografia / segmento]

[SOM €]

Quota accessibile

[Ipotesi commerciale]

Formula proposta: [n. clienti raggiungibili] × [spesa media annua] = [mercato accessibile]

Stato del prodotto e segnali di domanda

Distingui sempre misurato, ipotizzato e pianificato.

[N.]

Clienti / utenti

[Dato + data]

[€]

Ricavi / MRR

[Periodo osservato]

[%]

Riordino / crescita

[Metodo + periodo]

Roadmap prossimi 6 mesi

[Milestone 1 — data] | [Milestone 2 — data] | [Milestone 3 — data]

Come si genera ricavo

Spiega il meccanismo prima di moltiplicare metriche.

Prezzo / unità

[Tariffa per cliente / transazione / abbonamento]

Frequenza / volumi

[Quante unità, contratti o acquisti ogni anno]

Margine di contribuzione

[Prezzo unitario – costo variabile unitario]

Rischio economico chiave

[Assunzione che, se smentita, cambia il piano]

Come arriveranno i primi 100 clienti

Seleziona al massimo 2 canali principali e indica il test per ciascuno.

Canale prioritario

[Canale, target, costo per test e metrica di successo]

Canale secondario

[Canale alternativo con precondizioni esplicite]

Esperimento 90 giorni

[Attività → metriche → soglia per continuare / interrompere]

Alternative e vantaggio competitivo

Evita “nessun concorrente”; includi anche il non fare nulla.

Alternativa	Punto di forza	Limite / nostra differenza
[Competitor A]	[Distribuzione / prezzo]	[Differenza verificabile]
[Competitor B]	[Prodotto / servizio]	[Differenza verificabile]
[Soluzione attuale]	[Facilità / inerzia]	[Cosa rende credibile il cambio]

Tre anni: numeri e fabbisogno

Trascrivi i risultati dal modello Excel; mostra ipotesi e unità.

	Anno 1	Anno 2	Anno 3
Ricavi (€)	[€]	[€]	[€]
EBITDA (€)	[€]	[€]	[€]
Cassa finale (€)	[€]	[€]	[€]

Nota: [assunzioni principali, rischio liquidità e uso della raccolta]

Persone, richiesta e prossimo passo

La slide conclusiva deve dire con precisione che cosa chiedi e perché.

Team e competenze

[Founder / ruoli, 1–2 esperienze pertinenti e gap da coprire]

Richiesta al socio / investitore

[€ e milestone / ore + responsabilità / contributo commerciale]

PROSSIMO PASSO

[Invito a un incontro conoscitivo tramite la piattaforma]