**MODELLO DI GRIGLIA DI VALUTAZIONE PER PIANI AZIENDALI**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TITOLO DEL PIANO** |  |  |  | **DATA** |
|  |  |  |  |   |
| **NOME DEL REVISORE** |  |  |  |  |  |
|   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **GRIGLIA DI VALUTAZIONE** | **PUNTEGGIO** |  | **SCALA DI PUNTEGGIO** | **TOTALE** |
| Aspettative superate | **4** |  | **ECCELLENTE** | **25 – 28** |
| Aspettative soddisfatte | **3** |  | **BUONO** | **21 – 24** |
| Linee guida soddisfatte | **2** |  | **MARGINI DI MIGLIORAMENTO** | **16 – 20** |
| Linee guida parzialmente soddisfatte | **1** |  | **NON ADEGUATO** | **0 – 15** |
| Incompleto; informazioni non disponibili | **0** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **CRITERI** | **4** | **3** | **2** | **1** | **0** |
| **SINTESI ESECUTIVA** |  |  |  |  |  |
| Fornisce una panoramica concisa e completa e delinea efficacemente i punti principali del piano. |  |  |  |  |  |
| **DESCRIZIONE AZIENDALE** |  |  |  |  |  |
| Trasmette chiaramente l'idea aziendale. Include un motivo dettagliato per il lancio e una descrizione dettagliata del servizio/del prodotto offerto. Descrive la visione, la mission, gli obiettivi e la proposta di valore dell'azienda.  |  |  |  |  |  |
| **ANALISI DI SETTORE** |  |  |  |  |  |
| Identifica le dimensioni del settore, i segmenti, la maturità, le tendenze e le prospettive; descrive in dettaglio le possibilità, le minacce e le potenziali barriere all'ingresso. Fornisce un'analisi completa della concorrenza. Definisce il mercato di riferimento e il segmento demografico dei consumatori. Fornisce anche i vantaggi competitivi ed esclusivi. |  |  |  |  |  |
| **PIANO DI GESTIONE** |  |  |  |  |  |
| Definisce il tipo di proprietà dell'azienda e fornisce le motivazioni del tipo scelto. Fornisce anche un organigramma con i nomi, i ruoli e le qualifiche dei membri. Definisce altri stakeholder e i servizi professionali richiesti. |  |  |  |  |  |
| **PIANO DI MARKETING** |  |  |  |  |  |
| Trasmette chiaramente la strategia di marketing complessiva e fornisce il budget. Fornisce anche i piani per le seguenti aree: prezzi, distribuzione, promozione, pubblicità, media, comunicati stampa, vendite e gestione delle vendite. |  |  |  |  |  |
| **PIANO OPERATIVO** |  |  |  |  |  |
| Definisce le esigenze di risorse umane, strutture e infrastrutture tecnologiche e propone soluzioni adeguate. Identifica tutte le esigenze logistiche e di distribuzione. Fornisce anche i calendari di implementazione e i processi di monitoraggio dei progressi. |  |  |  |  |  |
| **PIANO FINANZIARIO** |  |  |  |  |  |
| Include un report completo dei costi di start-up. Identifica inoltre le possibili fonti di finanziamento iniziale. Fornisce le previsioni di vendita, le previsioni di reddito, i rendiconti finanziari pro forma, l'analisi del pareggio e il budget del capitale. |  |  |  |  |  |
| **TOTALI PARZIALI** |  |  |  |  |  |
| **PUNTEGGIO TOTALE** |  |   |   |   |   |

|  |
| --- |
| **DICHIARAZIONE DI NON RESPONSABILITÀ**Qualsiasi articolo, modello o informazione sono forniti da Smartsheet sul sito web solo come riferimento. Pur adoperandoci a mantenere le informazioni aggiornate e corrette, non offriamo alcuna garanzia o dichiarazione di alcun tipo, esplicita o implicita, relativamente alla completezza, l’accuratezza, l’affidabilità, l’idoneità o la disponibilità rispetto al sito web o le informazioni, gli articoli, i modelli o della relativa grafica contenuti nel sito. Qualsiasi affidamento si faccia su tali informazioni è pertanto strettamente a proprio rischio. |