

Creare una spin off non è impresa semplice, non vi sono certezze di successo. Per questo, **prima di lanciarsi nell'impresa, è bene verificare che sussistano certe condizioni.** Si tratta di **porsi delle domande** sulla propria organizzazione, la propria offerta commerciale, il proprio campo e le proprie strategie di azione.

### **IL GRUPPO**

Il team di lavoro è fondamentale, sia per la riuscita del progetto di impresa, sia per il reperimento di partner/finanziatori. Un gruppo affiatato e ben organizzato è garanzia di solidità e affidabilità. Per questo, è di primaria importanza **definire chiaramente i ruoli, sulla base di competenze, caratteristiche e attitudini personali.** Chi concretizza l'idea? Chi coordina e prende la decisione finale? Chi reperisce e diffonde le informazioni? Chi si occupa dell'amministrazione?

### **IL PRODOTTO**

Una spin off non è un ente di ricerca. Per questo è fondamentale per il buon esito dell'impresa avere un prodotto pronto per il mercato. Ciò significa **valutare i risultati ottenuti e concentrarsi sull'ingegnerizzazione del prodotto,** piuttosto che inseguirne continue evoluzioni. Un prodotto finito è commercializzabile, mentre una mera potenzialità di prodotto, per quanto all'avanguardia sia, non ha sbocchi sul mercato.

### **LA PROPRIETA' INDUSTRIALE**

Ove possibile, è opportuno **proteggere il prodotto oggetto della spin off,** depositandone, quando ne ricorrano i requisiti, il relativo brevetto. Ciò è tanto più importante quanto più elevato è il tasso di imitabilità del prodotto. L'esperienza parla chiaro: difficilmente un potenziale partner/finanziatore accetta di partecipare a un'impresa che non offre garanzie dal punto di vista della proprietà industriale.

### **IL BUSINESS PLAN**

Un'impresa non si improvvisa. Occorre **elaborare un serio piano di business prima di partire.** Il business plan obbliga a guardare avanti, pensare a lungo termine, identificando punti di forza e di debolezza dell'idea d'impresa e consentendo di trovare soluzioni a eventuali problemi quando si è ancora in tempo. Inoltre, rappresenta il necessario biglietto da visita presso qualunque potenziale partner/finanziatore.

### **IL MARKETING**

Per fare impresa, e per redigere un buon business plan, occorre conoscere il proprio mercato di riferimento. Per questo occorre **svolgere a priori un'attenta analisi di mercato** per definire e conquistare il proprio spazio rispetto alla concorrenza.

### **LA COMUNICAZIONE**

Infine, occorre **attuare adeguate strategie di comunicazione per farsi conoscere.** La strategia deve prevedere differenti linguaggi a seconda dei destinatari (finanziatori, consumatori, etc). A tal fine, è importante dotarsi di un marchio identificativo cui legare il proprio nome, la propria mission, il proprio valore.