

DIGITAL ENTREPRENEUR: STRATEGIA E PRATICA PER STARTUP

Digital entrepreneur non significa solo letteralmente Imprenditore digitale, ma porta dritto al titolo del nuovo libro di Emanuela Zaccone dal titolo " Digital Entrepreneur. Principi, Pratiche e Competenze per la Propria Startup ", edito da FrancoAngeli. Digital

entrepreneur non è solo un fenomeno "hot" salito alla ribalta in questi anni (basta digitare le due citate parole chiave in google è riceverete circa oltre 64 milioni di risultati) ma anche una professione complessa, che richiede una varietà di competenze tecnico specialistiche e una visione multitasking e dinamica del business. Digital entrepreneur:

Chi è Emanuela Zaccone Emanuela Zaccone oltre ad essere Digital entrepreneur nella veste di cofounder di TOK.tv, la startup italiana con sede in Silicon Valley, che permette ai tifosi di chattare in vivavoce durante le partite di calcio. Emanuela Zaccone è inoltre docente nei corsi della Ninja Academy. Dalla realizzazione del MVP alla

sperimentazione continua Per mettere in moto una startup non basta l'idea geniale ma occorre ben altro. Un viaggio pieno di imprevisti e difficoltà, che può comportare repentini cambiamenti di rotta e la non certezza di raggiungere la meta prefissata. La realizzazione del Minimum viable product è solo uno dei primi passi da compiere. Il vero Digital Entrepreneur è quello che riesce a percepire quando è meglio fermarsi e riordinare le proprie idee e rimettersi in gioco. Emanuela Zaccone nel suo libro cerca di dare una

risposta a tutti i punti interrogativi che balenano nella testa di coloro che hanno deciso di intraprendere questa strada. Siamo Tutti digital entrepreneur? Nel primo capitolo,

l'autore scruta e riflette su chi è il digital entrepreneur e cosa significa parlare di startup. In questo ambito, occorre analizzare il contesto competitivo e la complessità in cui si opera, distinguendo tra ecosistemi, incubatori, acceleratori. Rilevante anche l'analisi delle differenze tra il lavoratore autonomo tradizionale o imprenditore di sé stesso e il digital entrepreneur. Il profilo del digital entrepreneur Il secondo capitolo è dedicato a

tracciare l'idenkit dell'imprenditore digitale, esaminandone le competenze e le capacità fondamentali. Essere Digital entrepreneur significa anche dedicare tempo all'organizzazione del team di lavoro della startup. Emanuela Zaccone traccia una riflessione dell'intero processo delle risorse umane coinvolte partendo dal recruiting al remote working. Flessibilità e gestione del tempo sono punti basilari per motivare, ottenere

maggiore produttività e garantire elevata focalizzazione sugli obiettivi quotidiani da perseguire. Altro aspetto rilevante del remote working è il decremento dei costi e un

aumento dell'autonomia organizzativa. Si deve puntare su un modus operandi proattivo fondato sulla condivisione di valore che si crea sia attraverso il proprio networking sia attraverso il canale della stampa. Fallire, accelerare, perseverare La terza parte

del libro è dedicata al tema del fallimento della startup e di come presentare il pitch perfetto. Il fallimento non va visto come una sconfitta ma come un'esperienza di cui farne tesoro per rafforzare le proprie competenze. Fallire va inteso come sperimentare. Occorre analizzare a fondo le cause che hanno portato ad un simile scenario: Mancata

conoscenza del mercato e del target Sono stati sottovalutati o ignorati i competitor

Prodotto troppo rigido Scarsa attenzione del cliente Business model errati Scarsa considerazione del team Problemi legati agli investimenti Il prodotto è stato lanciato in modo giusto nel momento giusto? Sul fronte pitch, Emanuela Zaccone

regala suggerimenti e spunti efficaci per creare la presentazione perfetta. Non esiste un modello standard perché dipende dal contesto e dagli interlocutori. Il track da seguire è comunque chiaro: forte di sintetizzare e rendere interessante, efficace, credibile, coerente un mix di informazioni chiave per presentare il proprio progetto di startup: Che

problema che si vuole risolvere Descrivere prodotto/servizio e mercato di riferimento

Descrivere il business model Mostrare le metriche di crescita Presentare il team

Mostrare l'opportunità **Raccontarsi e collaborare** **La quarta parte è dedicata ad analizzare:** – come sfruttare al meglio il personal branding per promuovere sé stessi e il proprio bagaglio di competenze – come favorire e quali strumenti utilizzare per adottare un approccio collaborativo basato sul remote working. – come promuovere la propria startup.

Il libro contiene una parte conclusiva, dove l'autore elenca una serie di lezioni personali apprese dalla propria esperienza di Digital Entrepreneur, sia stando a contatto con le altre startup nel ruolo di mentor. In particolare vengono evidenziati 7 punti cardine da tenere in considerazione: 1 la startup non è un hobby; 2 remoto è bello ma richiede un alto grado di maturità da parte di chi collabora al progetto; 3 essere a tutti gli eventi non è necessariamente garanzia di visibilità o networking positivo ; 4 i social media sono un ottimo veicolo di networking e costruzione della reputazione ; 5 le startup sono luoghi di apprendimento ; 6 bisogna imparare l'umiltà ; 7 bisogna imparare ad orientarsi e ad ascoltare.

Un guida molto utile per chi vuole intraprendere la complessa e affascinante strada della startup, ma nello stesso tempo un libro pratico e prezioso per chi vuole comprendere meglio questa evoluzione digitale e i cambiamenti che sta portando in ambito di definizione del business sempre più orientato alla sperimentazione continua e all'omnicanalità.