

S&S GREENBATTERY



Smaltiamo insieme per il futuro

La squadra

- Descrivete da chi è composto il team

4°A 2020/2021 ITE Alberico Gentili

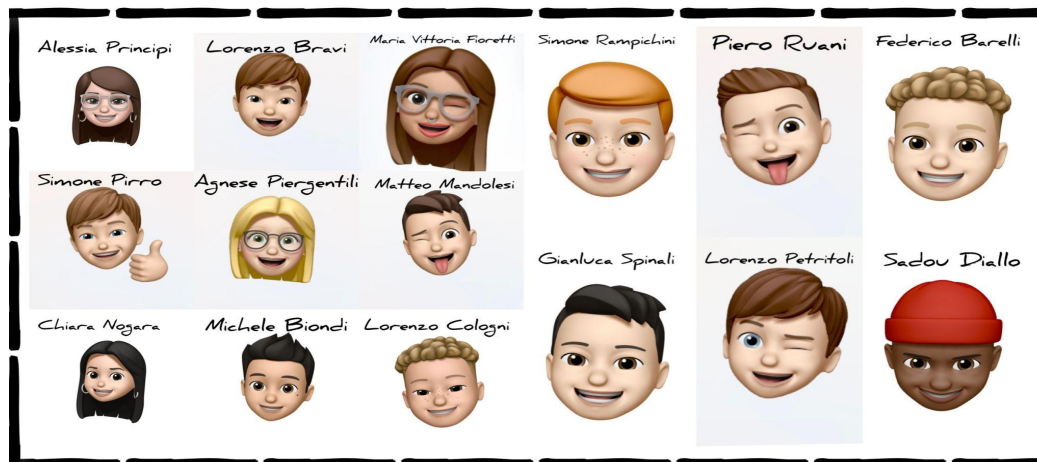
- Quali sono le competenze dei partecipanti?

Conoscenza della struttura aziendale, marketing e promozione

- Quale ruolo hanno all'interno dell'organizzazione?

Gestione, controllo e rapporto con i clienti.

- Potete inserire le vostre foto o mangatar



Il servizio offerto

- In che mercato avete deciso di operare?

Servizi per gli edifici e il paesaggio.

- Descrivete le caratteristiche del vostro servizio

Servizio urbano/pubblico di riciclaggio, specializzato nella raccolta di batterie al litio per il riuso e lo smaltimento ecosostenibile.

- Quale problema state cercando di risolvere?

Lo smaltimento in maniera sostenibile delle batterie al litio e riutilizzare i componenti che è possibile riciclare per sostenere l'economia circolare.

- Quale bisogno si vuole soddisfare?

Soddisfiamo l'esigenza dello smaltimento di batterie al litio comuni e di veicoli elettrici difficili da smaltire in modo sostenibile e orientato al riuso.

Funzionamento e tecnologia utilizzata

- Quali risorse chiave vi servono?
 - Fisiche : Appositi cassonetti e veicoli per la raccolta, macchinari hi tech (per la separazione e il riciclaggio effettivo).
 - Intellettuali: Brevetti, partnership e processi per distinguere la nostra impresa dalle altre.
 - Umane: Personale appositamente formato per l'erogazione del servizio.
- Quali attività chiave sono necessarie?
 - Per creare il valore offerto: Attività legate all'economia circolare, impatto ambientale e risparmio energetico.
 - Per utilizzare i canali di comunicazione, distribuzione e vendita: Venditori diretti, pubblicità sul web, punti vendita partner.
 - Per mantenere le relazioni con i clienti: Tramite assistenza personale dedicato.
- Quali tecnologie utilizzerete?

Tecnologie e macchinari necessari per l'erogazione del servizio, come programmi di controllo per il processo di riciclaggio.

Differenze rispetto ai servizi esistenti

- Descrivete quali sono i punti di forza ed eventuali punti di debolezza dell'offerta

I punti di forza sono:

- ✓ Abbiamo competenze web per promuovere il servizio
- ✓ Possiamo offrire il servizio a un prezzo competitivo
- ✓ Sappiamo come proporre un servizio unico sul mercato
- ✓ Siamo in grado di garantire una qualità elevata

I punti di debolezza sono:

- ✓ Non abbiamo una sufficiente esperienza professionale
- ✓ Abbiamo costi di produzione troppo alti
- ✓ Ci servono i soldi per partire
- ✓ Rendere il riciclaggio al 100% sostenibile

- Per quale motivo i clienti dovrebbero comprare questo servizio?

Perché la nostra azienda mira alla salvaguardia dell'ambiente.

Differenze rispetto ai servizi esistenti

- Perché dovrebbero preferirlo ad altri servizi?

Perché è unico nel settore e mira ad essere ad impatto zero in quanto non solo si svolge con lo smaltimento fisico ma anche col riuso delle batterie dandogli una seconda vita.

- Quali sono gli elementi innovativi della vostra offerta?

1. Riutilizzo batteria per il fotovoltaico

2. Estrazione dei materiali preziosi da potenziali rifiuti

- La vostra attività ha impatti positivi sul sociale?

Si

- La vostra attività ha impatti positivi sull'ambiente?

Si

Concorrenti

- Descrivete quali servizi attualmente sul mercato sono simili a questa idea o rispondono allo stesso bisogno

Ci sono altri tipi di servizi di riciclaggio di rifiuti speciali simili al nostro, incentrati su una corretta gestione dei flussi di rifiuti associati ai prodotti elettronici garantendo assistenza alle aziende clienti

- Esistono dei concorrenti sul mercato che potrebbero darvi fastidio?

Ci sono diverse altre aziende e consorzi nel nostro mercato che offrono un servizio simile di riciclaggio, come il centro di coordinamento nazionale pile e accumulatori (CDCNPA), Erion Energy, cobat, ma anche aziende estere come la Redwood Materials.

- Quali sono i vostri assi nella manica?

Poca concorrenza soprattutto in Italia, potenziali margini di guadagno elevati, facilità nel trovare finanziamenti grazie ad accordi con

enti pubblici e possibilità di riqualifica ecologica anche per grandi aziende del automobilistico.

Segmenti di clientela

- Descrivete brevemente a chi è rivolto il servizio

Non c'è fascia d'età in quanto è un servizio rivolto ad imprese ed enti pubblici. In particolare a privati che lavorano in aziende specializzate nel settore motociclistico e automobilistico, dell'elettronica, degli enti pubblici.

- Si dispone di una stima quantitativa dei potenziali consumatori?

Non ci sono dati di riferimento, ma il settore è in espansione.

- Chi saranno i primi ad adottarlo?

I soggetti precedentemente descritti che aderiranno a un progetto pilota.

Canali distributivi e di comunicazione

- Descrivete come intendete raggiungere i vostri clienti attuali e future

Attraverso l'offerta di un servizio efficiente ed ecologico sempre di più necessario in futuro alle aziende automobilistiche, enti pubblici e centri di demolizione.

- Attraverso quali canali verrà venduto il servizio?

Attraverso punti vendita partner, venditori diretti e pubblicità sul web.

- Quali attività di comunicazione sarà necessario intraprendere?

Sarà importante intraprendere:

Pubblicità sui principali quotidiani on-line; articoli mirati sulle riviste di settore; articoli in blog pertinenti; pubblicità (ads) google e linkedin e passaparola tra aziende.

Flussi di ricavi

- Descrivete come sono strutturati i flussi in entrata dell'azienda, ovvero come genera profitti, riportando anche delle ipotesi numeriche (vedi dati “proiezione a tre anni”).

I nostri flussi di entrata derivano principalmente dalla stipulazione di contratti in numero crescente anno dopo anno.

- Quale sarà la vostra politica di prezzo?

La nostra politica di Prezzo si basa sulla ricerca della qualità, cercando di offrire all'acquirente il miglior servizio possibile.

- Ci sono altre attività non centrali che generano profitti?

Dalla vendita di metalli preziosi come nichel, litio, cobalto, oro, argento ricavati dal processo di riciclaggio.

Struttura dei costi

- Descrivete quali sono i costi principali che dovrete sostenere e a quale tipologia essi appartengono: sono da considerare costi fissi (da sostenere indipendentemente dalla quantità prodotta) oppure variabili (proporzionali al numero di unità prodotte)? Riportate anche delle ipotesi numeriche (vedi dati “proiezione a tre anni”).

Il nostro modello di business si basa sul miglior valore offerto al cliente. Quindi i costi sono finalizzati all'erogazione del miglior servizio. Scegliamo le risorse e i fornitori in base alla qualità e non al prezzo. I costi fissi sono formati dai costi per gli appositi cassonetti e veicoli per la raccolta, macchinari hi tech (per la separazione e il riciclaggio effettivo), canoni di affitto, assicurazioni, e per il personale. I costi variabili sono: la manutenzione degli impianti, energia, risorse naturali (come l'acqua) e per il carburante dei veicoli di raccolta.