

Emanuela Zaccone

#DIGITAL ENTREPRENEUR

Principi, pratiche
e competenze
per la propria startup



FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Professioni Digitali

Le professioni di domani, raccontate dai protagonisti di oggi

Direzione di Alberto Maestri

Il paradigma digitale ha aperto opportunità straordinarie, per chiunque. Innovazione, dati, omni-canalità sono solo alcune delle keyword alla base di questa profonda rivoluzione: per i professionisti di oggi e domani diventa fondamentale rimanere aggiornati e competenti in uno scenario così dinamico, fluido, stimolante. In questo contesto Professioni Digitali propone una collezione di guide pratiche raccontate dai protagonisti di oggi: autori che hanno saputo fare la differenza nel proprio settore diventando fonte di ispirazione per tanti. Una Collana dedicata a consulenti, freelancer, professionisti che desiderano aggiornare le proprie competenze e a quanti hanno da poco intrapreso la via del digitale. Libri agili, pratici e concreti, ricchi di consigli, casi studio, testimonianze e contributi di grandi esperti nazionali e internazionali, pensati per approfondire competenze specifiche e le metodologie più innovative.

Il dialogo continua su...



blog.francoangeli.it/professionidigitali



FrancoAngeliDigitale



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Emanuela Zaccone

#DIGITAL ENTREPRENEUR

Principi, pratiche
e competenze
per la propria startup

Prefazione di Fabrizio Capobianco

Progetto grafico della copertina: Gianni Camusso
In copertina: © Shutterstock

1a edizione. Copyright © 2016 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

*Alla mia famiglia,
la mia straordinaria,
impareggiabile,
meravigliosa costante.*

Indice

Prefazione , di <i>Fabrizio Capobianco</i>	pag.	11
Introduzione. Tutto quello che avrei voluto sapere sul fare startup	»	15
1. Siamo tutti digital entrepreneur?	»	19
1. Di cosa parliamo quando parliamo di startup	»	19
<i>Lo startup act italiano, una politica pubblica “comme il faut”</i>		
di Mattia Corbetta	»	27
<i>Dominare il mondo, footer dopo footer: la scalata di Iubenda</i>		
di Andrea Giannangelo	»	31
<i>L’ecosistema startup in Italia</i>		
di Gianmarco Carnovale	»	33
<i>Make In South: le startup come driver di innovazione del Sud</i>		
di Antonio Perdichizzi	»	38
<i>La Silicon Valley, il dodicesimo uomo</i>		
di Marco Marinucci	»	42

<i>Italiani di Frontiera – Silicon Valley Tour: l'esperienza dei manager per innovare le grandi aziende</i> di Roberto Bonzio	pag.	45
2. Nuovi mestieri per nuovi contesti	»	48
3. Chi è il digital entrepreneur?	»	53
4. Che differenza c'è tra lavoratori autonomi e digital entrepreneur?	»	57
<i>Le startup sono questioni di genere?</i> di Gioia Pistola	»	64
5. Il contesto in cui opera il digital entrepreneur: ecosistemi, incubatori, acceleratori	»	67
<i>Che genere di digital entrepreneur cercano i venture capital?</i> di Luigi Capello	»	74
2. Il profilo del digital entrepreneur	»	77
1. Le radici: competenze	»	77
2. L'organizzazione del team: dal recruiting al <i>remote working</i>	»	79
<i>Come prendere decisioni nel caos remoto?</i> di Davide Casali	»	89
3. La condivisione: dal networking alla stampa	»	92
<i>L'importanza dei coworking nella contaminazione delle idee e nello sviluppo di progetti imprenditoriali</i> di Davide Dattoli	»	100
<i>Raccontare le startup</i> di Federico Guerrini	»	103

<i>Imprenditori che fanno storia</i>		
di Eleonora Chioda	pag.	106
4. Guidare un fundraising	»	108
5. I 5 miti sui digital entrepreneur	»	114
<i>Da IBM a 500 startup: lasciare il lavoro per creare un'azienda tra Italia e Silicon Valley</i>		
di Giuliano Iacobelli	»	117
3. Fallire, accelerare, perseverare	»	121
1. Il fallimento non è un fallimento	»	121
<i>Future by Design: quando il fallimento anticipa il mercato</i>		
di Leandro Agrò	»	136
<i>Imparare dal fallimento</i>		
di Armando Biondi	»	143
2. Raccontare la startup: costruire il pitch perfetto	»	146
3. Proteggere e condividere: dagli NDA alle startup competition	»	155
4. Raccontarsi e collaborare	»	159
1. Il personal branding del digital entrepreneur: social media e canali digitali	»	159
2. Collaborare	»	169
3. Promuovere	»	172
Conclusioni. Le 7 cose che ho imparato facendo la digital entrepreneur	»	177
Bibliografia	»	181
Ringraziamenti	»	185

Prefazione

*di Fabrizio Capobianco**

Vivo in Silicon Valley dal 1999. Diciassette anni in cui ho creato qui due aziende, imparato cosa significhi misurarsi con un ambiente così competitivo e compreso moltissimo del mio stesso Paese.

Ho capito per esempio che i migliori ingegneri vivono in Italia, che la formula per una startup di successo non è avere in tasca un'idea e un biglietto per San Francisco, pensare di venire qui a bussare a tutte le porte degli investitori e sperare che qualcuno apra.

Quando mi chiedono: “Vivo in Italia, come faccio a creare una startup in Silicon Valley?”, rispondo sempre che è proprio dal Belpaese che bisogna partire ed è lì che bisogna mettere le basi per il proprio centro di sviluppo, se si realizza software.

È il paradigma del pomodoro: non vado a piantare pomodori in Norvegia sperando che crescano rigogliosi e buoni. Posso fare tutta la fatica del mondo, seguire le regole da manuale, ma non otterrò mai un prodotto all'altezza di quelli cresciuti dove il clima e il contesto creano condizioni favorevoli per ottenere i migliori pomodori sul mercato. Allo stesso modo, i capitali potrò anche trovarli in Silicon Valley, ma il talento lo trovo in Italia.

* CEO TOK.tv.

Oggi è davvero complesso riuscire ad assumere nella Silicon Valley dei bravi ingegneri che non stiano già lavorando per la loro startup o per un'azienda gigante con lo chef che prepara manicaretti a pranzo, mentre in Italia siamo ricchi di talento, desiderosi di confrontarci con il mondo. Allora nel 2002 mi sono detto: perché non usare i capitali americani per finanziare cervelli italiani? Con Funambol ho creato un'azienda geograficamente distribuita tra Silicon Valley e Italia, con un centro di sviluppo a Pavia. TOK.tv è un'evoluzione di quell'approccio: è un'azienda completamente liquida, che non ha neanche un ufficio, nonostante abbia persone in America, a Londra, e in Italia. Proprio questo modello duale – con CEO, Sales e Marketing negli Stati Uniti, ma ricerca e sviluppo in Italia – costituisce l'opportunità più concreta di fare centro per i founder italiani.

Va detto che la barriera linguistica può essere un ostacolo non da poco quando si cerca di raccogliere capitale in America. Ho visto tanti founder arrivare dall'Italia con ottime idee, in alcuni casi anche un business vero, ma poi nessuna capacità di comunicare empaticamente e in modo efficace visione e passione dietro la propria idea di startup, a causa del limite linguistico (gli investimenti sulle startup sono fatti di pancia, non di testa. Niente emozione, niente investimento).

Non basta essere in Silicon Valley – dove la vita peraltro ha dei costi notevoli – per vedersi piovere addosso capitali. Ma si può venire per imparare. Ancora oggi credo che parte della mia fortuna sia stata data dall'aver lavorato qui qualche anno *prima* di fondare Funambol: mi ha dato modo di osservare, capire, creare relazioni e imparare un po' la lingua.

Non basta essere qui, bisogna capire: avendone la possibilità, direi che la strategia migliore è fare il seed in Italia e poi mandare il CEO in Silicon Valley per il Serie A. Dan-

dogli il tempo per imparare, adattarsi ed essere pronto per il grande salto.

La letteratura per startup è ormai ricchissima: esistono manuali che spiegano passo passo come creare un'azienda, testi motivazionali che parlano direttamente al cuore dell'imprenditore e guide per ottimizzare ogni aspetto di quel complesso processo che conduce alla nascita di un'azienda.

Il libro di Emanuela è differente: negli intenti dichiara di non voler essere una guida, ma in effetti finisce con l'essere anche di più.

Dà una visione di insieme di tutti quegli aspetti che non si possono trascurare e che è obbligatorio conoscere per creare la propria startup. Dà conto anche di temi che in Italia sono ancora tabù, come il fallimento, e al tempo stesso dà voce a chi, a vario titolo, fa parte di questo ecosistema e lavora per farlo crescere.

Digital entrepreneur è il manuale ideale dello startupper italiano, la guida per l'aspirante imprenditore, ma anche per chi ha già creato la propria azienda. È infatti un testo da tenere sul comodino durante tutta la crescita della startup, perché approfondisce ogni fase, ogni aspetto su cui, inevitabilmente, è probabile avere dei dubbi.

Per creare un'impresa di successo l'idea non basta: serve imparare e provare.

E senza dubbio, questo è il libro da cui partire. In bocca al lupo!

Introduzione

Tutto quello che avrei voluto sapere sul fare startup

Sono convinto che almeno la metà di ciò che separa gli imprenditori di successo da quelli che non hanno successo è la pura perseveranza.

Steve Jobs

“Passi mai in Silicon Valley? Mi piacerebbe fare due chiacchiere”.

Era il 30 settembre del 2011. L’oggetto dell’email “Silicon Valley?”, il mittente Fabrizio Capobianco. Sapevo benissimo chi era: non sono molti – ed erano ancora meno cinque anni fa – gli imprenditori italiani che sono stati in grado di creare un’azienda di successo in Silicon Valley. Fabrizio mi scriveva che aveva letto la mia tesi di Dottorato, discussa pochi mesi prima, e che voleva parlarne perché aveva in mente di fare un’azienda di Social TV.

Quell’autunno mi ero appena trasferita a Roma per lavorare in Telecom Italia, ma cominciammo a ragionare sulla futura startup, a sperimentare, mentre pian piano si aggregava anche il resto del team.

A marzo del 2012 è nata TOK.tv. Oggi è il social network dei tifosi di Real Madrid, FC Barcelona, Juventus, Tottenham Hotspur e Serie A TIM e conta oltre 13 milioni di utenti nel mondo¹. Dietro TOK.tv c’è un team straordinario *da* cui imparo e *con* cui imparo ogni giorno.

Ma questo cinque anni fa non potevo saperlo.

“Startup” era una parola che cominciava a diffondersi,

¹ Dati disponibili al sito: <http://www.tok.tv> (ultima consultazione: 14 settembre 2016).

ma anche a “diluirsi”, qui in Italia, a perdere un po’ del suo significato per finire invece con l’essere spesso abusata, ma anche questa non era che una spia del fatto che fosse in atto un cambiamento. Così nell’anno in cui Eric Ries negli Stati Uniti pubblicava *The Lean Startup*², gli incontri sul tema nel Belpaese diventavano più frequenti, si cominciava a parlare – e soprattutto creare – incubatori e anche lo Stato iniziava a lavorare per favorire la nascita delle startup e dare spazio alle iniziative imprenditoriali di molti ragazzi (ma non solo) che nel digitale hanno trovato terreno fertile per sognare e realizzare i loro prodotti.

Nel 2012 allora ho lasciato Telecom Italia e qualche mese dopo, a inizio 2013, ho deciso di mettere a frutto l’esperienza maturata in azienda e, negli anni, come consulente in ambito social media strategy e monitoring, cofondando AIDA Monitoring, startup focalizzata sull’analisi dei dati provenienti dai social media e sulla loro trasformazione in azioni strategiche. AIDA Monitoring è stata un’ottima palestra per imparare a navigare l’ecosistema startup italiano, ma anche per toccare con mano cosa significhi costruire un’azienda da zero, creare un prodotto, stabilire le giuste relazioni, sbagliare (“fallire” anche, nel senso che vedremo nei successivi capitoli) e ricominciare. Più e più volte. È stata l’occasione per formarmi a livello imprenditoriale senza la guida di un mentor, come è stato invece nel caso di TOK.tv.

E proprio a partire dall’esperienza di AIDA Monitoring, che ho chiuso a inizio 2016 per focalizzarmi interamente su TOK.tv, che ho compreso maggiormente il valore e l’importanza di trasmettere ciò che si impara ad altri aspiranti imprenditori. Così in questi anni ho accolto con entusiasmo le opportunità presentatesi per fare da mentor a diverse startup e poter insegnare loro come comunicarsi in modo efficace, in particolare attraverso il social media

² Tradotto in italiano e pubblicato da Etas con il titolo *Partire Leggeri. Il metodo Lean Startup*.

marketing, come migliorare la propria reputazione online e mettere in piedi sistemi di social CRM per ottimizzare l'acquisizione degli utenti. Soprattutto ho ascoltato tantissime storie e imparato da ciascuna di esse.

Il punto è che le startup sono un lavoro sporco: non ci si può girare intorno e maneggiarle con i guanti per capire, bisogna mettere le mani in pasta, sporcarsi appunto.

E provare. E imparare. E di nuovo provare. Costantemente, anche dopo un fallimento.

Ci sono moltissime cose che devo ancora capire e tante altre che ho appreso nel tempo, ma che in molti casi avrei voluto sapere prima. Così, quando mi è stato proposto di scrivere questo testo ho pensato che avrei voluto fare in modo di dare l'opportunità a chi si affaccia su questo mondo per la prima volta di capire a cosa va incontro.

Al tempo stesso, quella che segue è la *mia* visione di ciò che di importante bisogna sapere per diventare digital entrepreneur. Lo stesso tema, affrontato da un altro darebbe come risultato una trattazione del tutto diversa, perché non c'è un'esperienza di startup che sia uguale alle altre. Ogni nuova azienda è sempre una nuova avventura e quello del digital entrepreneur è un mestiere che si impara anche esplorando. O forse sarebbe più corretto dire che è una vocazione prima che un lavoro³.

Ho voluto quindi identificare quattro punti di riferimento, quattro macro-temi che consentano di orientarsi in quest'ambito.

La parola chiave del capitolo 1 è **mutamento**. Miliardi di persone sono collegate a Internet ogni giorno, per lo più da mobile. Le nuove tecnologie e le piattaforme che a queste si accompagnano hanno cambiato il nostro modo di vivere, pensare, comunicare. È in questo contesto che le start-

³ Parafrasando Steve Blank e il suo ultimo post su Medium, *Entrepreneurship is a Calling not a Job*, disponibile al sito: <https://medium.com/@sgblank/entrepreneurship-is-a-calling-not-a-job-23d899892f71#4s3p0bg6g> (ultima consultazione: 14 settembre 2016).

up in ambito digital trovano terreno fertile ed è da qui che ha preso le mosse lo straordinario cambiamento a cui stiamo assistendo. Ed è un forte mutamento anche la scelta di diventare digital entrepreneur: si parte dall'ispirazione per arrivare alla pianificazione del proprio progetto. L'importante è avere chiaro a cosa si va incontro e *chi* sia davvero il digital entrepreneur. A questo capitolo è quindi affidato il compito di fare chiarezza su cosa si intenda per startup, ma anche su quale sia la distinzione tra digital entrepreneur e lavoratori autonomi, il tutto analizzando al tempo stesso significato e implicazioni dell'affrontare il rischio di impresa.

Equilibrio è invece il principio che pervade il capitolo 2: bisogna capire come strutturare un team, come comunicare se stessi e la propria startup, ma anche come e in che misura cercare finanziamenti per il proprio business.

Inevitabile il tema cuore del capitolo 3: il **fallimento**. A cosa è dovuto? Come si può evitare?

Infine: quali sono allora gli **strumenti** – soprattutto le piattaforme digitali – che un digital entrepreneur può usare per le proprie attività? Il capitolo 4 è dedicato proprio ad approfondire e analizzare le varie possibilità sul mercato.

E dato che una delle lezioni che si imparano quando si crea una startup è che la comunicazione e il networking hanno un'importanza fondamentale, in questo viaggio ho voluto dare voce a una serie di testimonianze di chi, in questo mondo, ci lavora da tempo a vario titolo: imprenditori, investitori, giornalisti, esperti.

Quella che segue non è una guida, ma un catalogo di opportunità, principi, storie e buone pratiche. Spero davvero che chi legga possa aggiungervi la propria.

1. Siamo tutti digital entrepreneur?

Io cerco i sopravvissuti. Quello che non ti uccide ti fa forte. Ed è questo tipo di mentalità che credo distingua più di ogni altra cosa la cultura delle startup tecnologiche da quella di qualunque altro settore.

Mark Suster

1. Di cosa parliamo quando parliamo di startup

Sono oltre 3 miliardi gli utenti connessi a Internet nel mondo¹, di questi oltre 2 miliardi usano i social media e più del 90% vi accede da mobile².

Siamo iperconnessi e iperproduttivi. È cresciuto negli anni in modo significativo il numero di imprese che operano in ambito tech e digital, favorite da un più ampio accesso agli investimenti, da una maggiore mobilità dei talenti, dallo svilupparsi di centri di innovazione in tutto il mondo e dal diffondersi di una cultura che vede nel rischio di impresa una opportunità di crescita oltre che di realizzazione personale.

Soprattutto, è diminuito il rischio stesso del fare impresa: creare un prodotto in ambito digitale – sia esso una piattaforma online o un’applicazione mobile – ha costi di realizzazione nettamente più bassi di quelli necessari a creare per esempio oggetti fisici.

¹ Meeker M., KPCB, *Internet Trends 2016*, disponibile al sito: <http://www.kpcb.com/internet-trends> (ultima consultazione: 1 settembre 2016).

² Kemp S., *We Are Social, Digital in 2016*, disponibile al sito: <http://weare-social.com/uk/special-reports/digital-in-2016>. Sul tema si veda anche la presentazione di Ben Evans, *Mobile Is Eating the World*, disponibile al sito: <http://ben-evans.com/benedictevans/2016/3/29/presentation-mobile-ate-the-world> (ultima consultazione: 1 settembre 2016).