

MBSCONSULTING

A Cerved Company

Preparazione ai business case

Cos'è il Business Case ...

- Il business case è una tipologia di colloquio tecnico, che consiste nella **simulazione di un caso reale**, funzionale a valutare le **capacità di analisi quali-quantitativa del candidato** e più in generale le sue **potenzialità di ricoprire efficacemente la posizione del consulente**
- La simulazione può assumere **diverse nature**, come per esempio:
 - valutazione di un'opportunità di business
 - stima delle dimensioni di un mercato o di una quantità fisica
 - risoluzione di un problema logico-matematico
 - comparazione di scenari economici alternativi
 - ...

... e cosa valuta



Problem solving



Capacità di strutturazione del problema



Capacità analitiche e di elaborazione



Chiarezza espositiva



Pensiero critico

Il documento ti aiuterà a comprendere il funzionamento del business case, e migliorare il tuo approccio alla risoluzione, cercando di fornirti qualche *tip* utile





DON'Ts



Panic

Non lasciare che l'ansia e la fretta prendano il sopravvento

Fear

Non lasciarti intimorire dall'intervistatore

Rush

Non essere troppo impulsivo e non presumere di avere la soluzione sin da subito

Roll the dice

Non azzardare ipotesi, sia qualitative che quantitative

Forget

Non divagare e non dimenticarti parti del problema

Misbehave

Non essere informale e non difendere la tua idea ad ogni costo



DOs



Listen

Ascolta attentamente le informazioni fornite, appunta i principali dati

Ask

Fai domande per chiarire eventuali dubbi e, se necessari alla risoluzione del problema, chiedi ulteriori dati/informazioni

Keep calm

Prenditi due minuti per identificare e riflettere sul problema definendo una struttura logica di risoluzione

Proceed step by step

Mantieni il focus e procedi alla risoluzione del caso in maniera strutturata e ordinata, gestendo il tempo a disposizione

Challenge yourself

Stressa e giustifica ogni affermazione e assunzione

Think before you speak

Comunica in modo chiaro, conciso ed efficace le soluzioni identificate e sii aperto al dialogo

BUSINESS CASE | Esempio di caso e risoluzione (1/2)

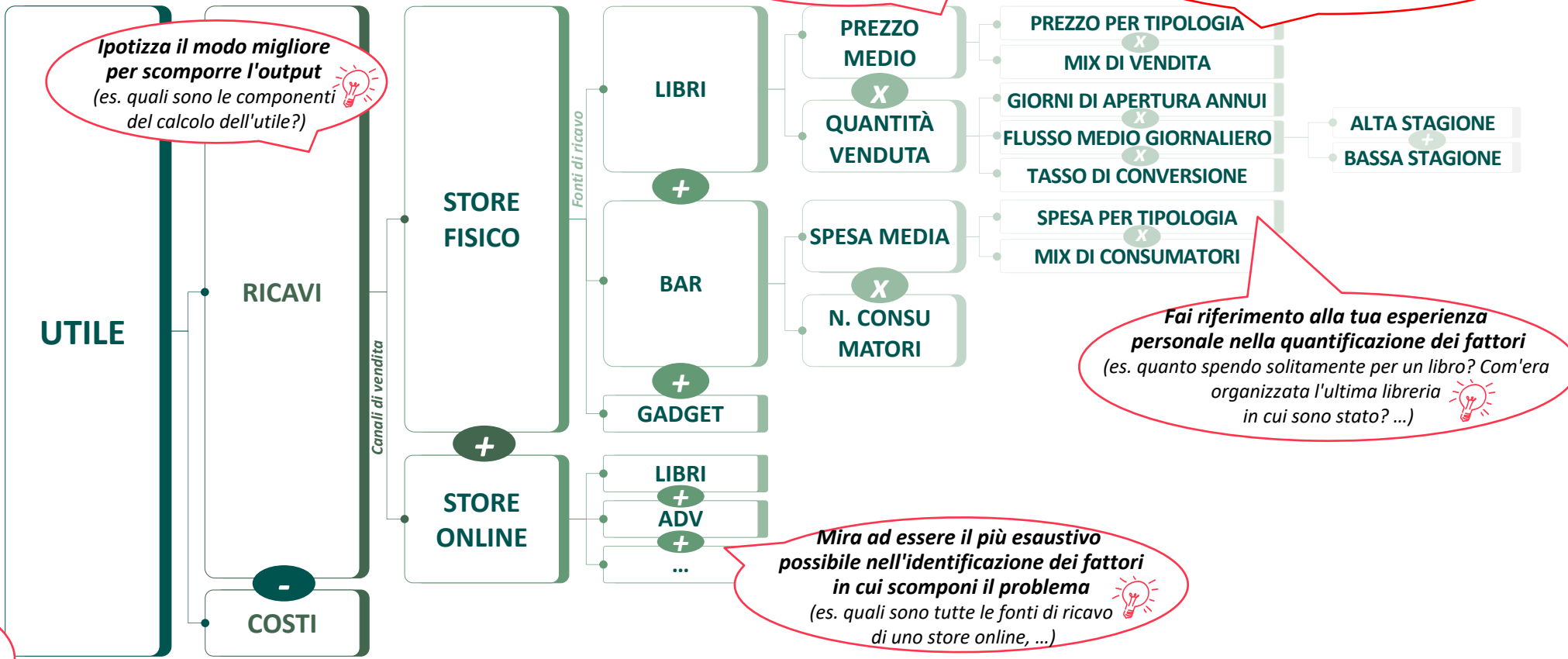
Business Case 1

Ipotizziamo di dover valutare, per un imprenditore nostro cliente, il **business potential** di acquistare una libreria in Centro a Milano

Come potremmo approcciare il progetto? Da cosa partiresti per costruire delle stime?

Verifica di avere tutti i dati e le informazioni di cui hai bisogno (es. qual è la dimensione della libreria? ...)

Risoluzione



Ipotizza il modo migliore per scomporre l'output (es. quali sono le componenti del calcolo dell'utile?)

Aiutati nel ragionamento riconducendo le espressioni economiche che conosci (es. pxq, ...)

Avvia la quantificazione quando ritieni di aver raggiunto un livello di dettaglio ed esaustività sufficiente

Fai riferimento alla tua esperienza personale nella quantificazione dei fattori (es. quanto spendo solitamente per un libro? Com'era organizzata l'ultima libreria in cui sono stato? ...)

Mira ad essere il più esaustivo possibile nell'identificazione dei fattori in cui scomponi il problema (es. quali sono tutte le fonti di ricavo di uno store online, ...)

Identifica l'output finale che si sta cercando

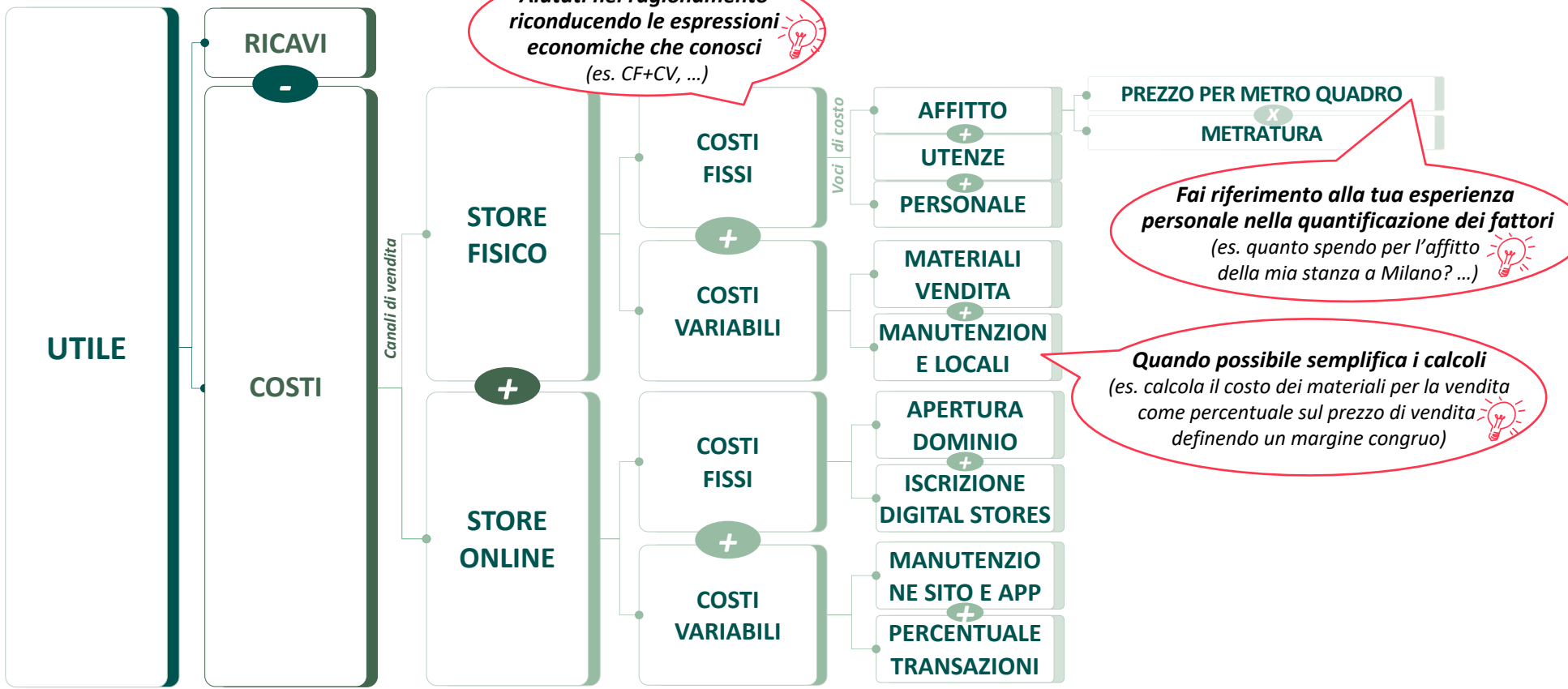
Scomponi il problema in più livelli di analisi da quantificare step by step e da "comporre" successivamente per arrivare alla soluzione

Business Case 1

Ipotizziamo di dover valutare, per un imprenditore nostro cliente, il **business potential di acquistare una libreria in Centro a Milano**

Come potremmo approcciare il progetto? Da cosa partiresti per costruire delle stime?

Risoluzione



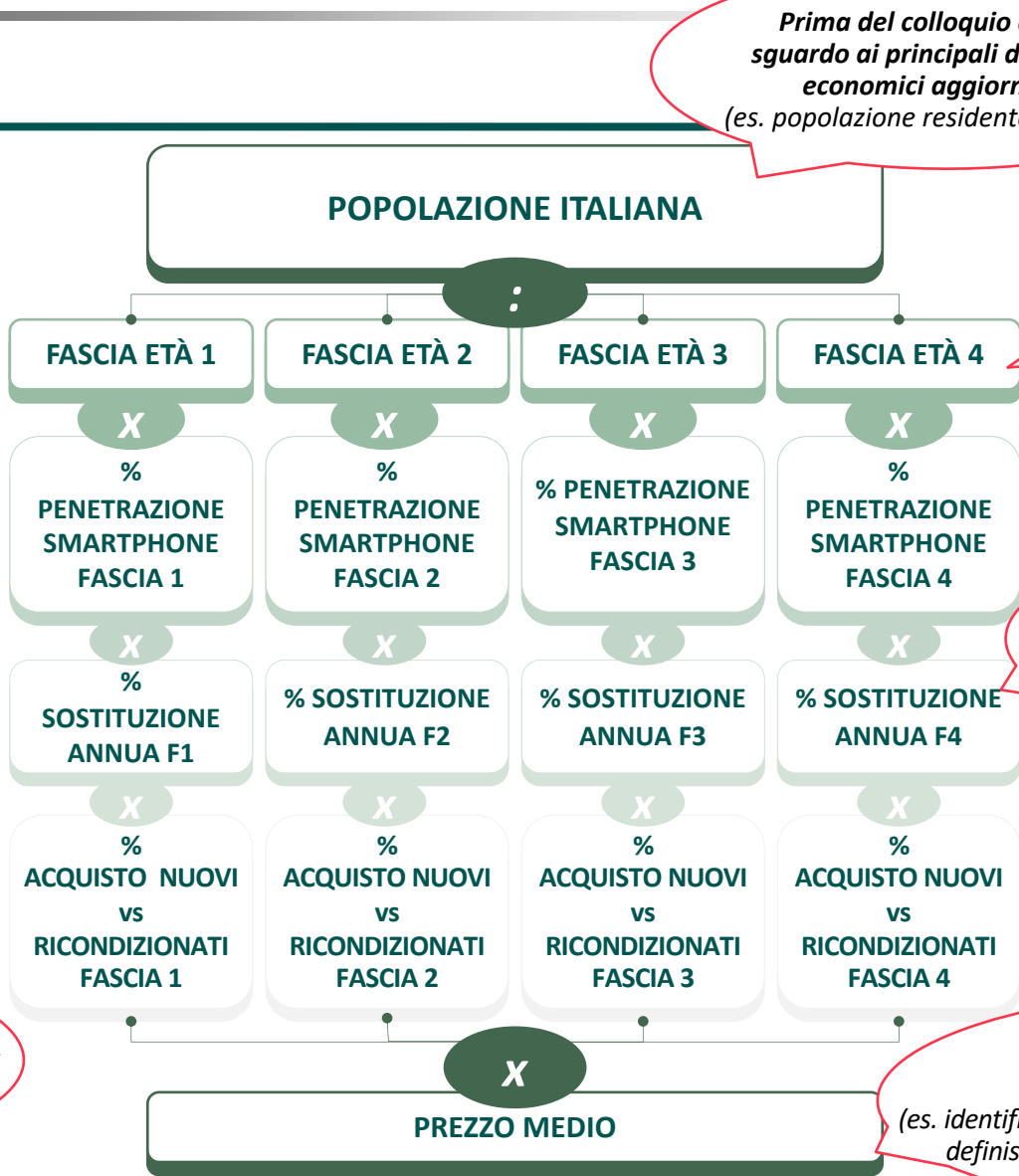
Identifica l'output finale che si sta cercando

Scomponi il problema in più livelli di analisi da quantificare step by step e da "comporre" successivamente per arrivare alla soluzione

BUSINESS CASE | Esempio di caso e risoluzione

Business Case 2 Risoluzione

Ipotizziamo di dover stimare il **valore del mercato degli smartphone in Italia**.
 Come imposteresti le stime? Quale dimensione ci aspettiamo abbia questo mercato?



Prima del colloquio dai uno sguardo ai principali dati macro economici aggiornati (es. popolazione residente in Italia, ...)

Trova un equilibrio tra precisione e praticità: quando possibile, semplifica le ipotesi (es. distribuisci normalmente la popolazione tra fasce d'età)

Fai riferimento alla tua esperienza personale nella quantificazione dei fattori (es. gli anziani avranno una minore penetrazione rispetto a fasce della popolazione più giovani)

Identifica più di un approccio con cui potresti impostare la stima richiesta, e valuta quella più corretta secondo te, motivando la risposta (es. partire dalla popolazione italiana piuttosto che dai volumi delle imprese produttrici)

Trova un equilibrio tra precisione e praticità: quando possibile, semplifica le ipotesi (es. identifica categorie di prodotto per prezzo basso-medio-alto, definisci il relativo peso sul mercato e associa a ciascuna un margine di profitto per i produttori)

... non è mai troppo tardi per rimetterti in discussione!
Attenzione: occorre essere strutturato anche in questo momento!

STEP 0 CHECK PLAUSIBILITA'

- **È plausibile il risultato? È ragionevole?**
- **È un ordine di grandezza sensato?** (es. BC 2 – se il risultato è sull'ordine di grandezza di decine di milioni, probabilmente qualche variabile è stata sottostimata)

STEP 1 CHECK QUANTITATIVO

- **Sono presenti errori nei calcoli?**
Ricontrolla tutte le stime e verifica che non ci siano state sviste, o che non siano stati utilizzati numeri scorretti

STEP 2 CHECK QUALITATIVO

- **Sono corrette le assunzioni fatte?** (es. BC 2 – la spesa media ipotizzata è realistica?)
- **Sono complete le assunzioni fatte?** (es. BC 1 – ho individuato tutte le possibili fonti di ricavo di una libreria?; es. BC 2 – ho quantificato tutte le parti del mercato degli smartphone? Quali sono tutti i possibili utilizzi/ utilizzatori degli smartphone? Ho incluso nelle stime gli smartphone ad uso aziendale?)
- **Le ipotesi sono in linea con i trend e le condizioni del mercato attuali?**
(es. BC 2 – es. ha senso che la fascia di età 0-20 anni abbia una % di penetrazione degli smartphone alta? Se da 0-10 sarà bassa, come può la 0-20 superare l'80%?)