

Comero | **Comunicazioni** | Agenda | **Digitale**
IL PROGETTO EDITORIALE | CONTATTI | NEWSLETTER | LOGIN / LOGOUT

**STARTUP BASE**

segui le loro storie su

**EconomyUp**

L'Italia che vuole crescere

**STARTUP BASE**

segui le loro storie su

**EconomyUp**

L'Italia che vuole crescere

E' un'iniziativa del **Comero | Comunicazioni** | Direttore responsabile EconomyUp: Giovanni Teola

STARTUP | INNOVAZIONE | GLOBAL | HITECH | MADE IN ITALY | VIDEO | OPINIONI | REPORT | MINDGAMES

HOME » STARTUP » "Ecco i 10 errori più frequenti di chi fa startup"
Cerca nel sito

**MULTICHANNEL**

## "Ecco i 10 errori più frequenti di chi fa startup"

Stasera alle 22 va in onda la seconda di EconomyUp su Reteconomy Sky816. Matteo Bogana del Polihub, che firma la rubrica Startup Corner, racconta i passi falsi più comuni dei giovani imprenditori. A cominciare dalla mancanza di sintesi (la "tendenza alla supercazzola")

di Ferdinando Cotugno

Gli startupper spesso commettono **errori**, che possono pregiudicare anche il successo anche di un'idea che altrimenti avrebbe funzionato. **Matteo Bogana**, da **coordinatore delle start-up del Polihub**, ne conosce tanti, di giovani aspiranti imprenditori, e negli anni ha imparato a valutare non solo il loro talento (sono molte le exit e le storie di successo dell'acceleratore della Fondazione Politecnico di Milano) ma anche i loro tic e i loro limiti.

Li racconta ogni **martedì sera alle 10** su **Reteconomy** nella sua rubrica **Startup Corner**, all'interno del nostro format EconomyUp. In questa occasione, ci siamo fatti raccontare e sintetizzare da Bogana i **dieci errori più frequenti tra gli startupper**. Se avete un'idea e sognate di diventare il nuovo Zuckerberg, stampate questa pagina e attaccateela vicino al vostro computer. Vi tornerà utile.

**STARTUP BASE**

IL PIÙ GRANDE DATABASE DELLE **STARTUP ITALIANE**

IL DATABASE ESCLUSIVO DELLE **STARTUP FINANZIATE**

GLI EVENTI SULLE **STARTUP**

**EconomyUp** la newsletter

The news you need: **ISCRIVITI!**

**Opportunità**

**Premio Marzotto, c'è tempo fino al 18 giugno**

Ultimi giorni per partecipare alla quarta edizione del concorso dedicato ai nuovi imprenditori che abbiano un progetto in grado di far convivere innovazione, impresa e società. In palio un milione di euro tra denaro, percorsi di tutoring e mentoring. Form online sul sito [premiomarzotto.it](#)

**Strumenti**

**Ecco il più grande database delle startup italiane**

EconomyUp ha realizzato il più grande archivio d'Italia sulla nuova imprenditoria con tutte le startup, non solo hi-tech e non solo finanziate, in un unico database: oltre 2mila nuove imprese che vogliono cambiare il nostro Paese. Un prezioso strumento di orientamento per chi fa parte dell'ecosistema, consultabile gratuitamente da tutti coloro che si registrano al sito

**PAGAMENTI digitali**

**SEGUI L'INNOVAZIONE DEI SISTEMI DI PAGAMENTO**

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER GRATUITA

1) **Non aprire un motore di ricerca web per cercare i competitor o le soluzioni sostitutive**  
"Tropo spesso la gente non fa neanche la fatica di verificare se c'è qualcun altro al mondo che ha avuto la stessa idea. Questo succede soprattutto con i social network, le app e tutto il mondo del digitale. In questi casi la competizione è internazionale, e la possibilità di un progetto simile già in giro sono molto alte".

2) **Non trasmettere una visione: spesso si guarda al dito invece che alla luna**  
"Gli startupper tendono a non trasmettere un'idea abbastanza estesa e ad alto potenziale ai propri interlocutori. Quando mi raccontano il progetto, invece di mostrarmi le potenzialità, e far vedere il mercato, si perdono nel dettaglio tecnico. È un problema tipico soprattutto di tecnici e ingegneri".

3) **Mancanza di sintesi: non andare velocemente al cuore del business**  
"L'interlocutore non starà ad ascoltarti oltre la terza slide. Invece i ragazzi prima di arrivare al punto fanno passare svariati minuti, perdendo l'attenzione di chi hanno di fronte. C'è una tendenza alla supercazzola per così dire".

4) **Allinearsi al pensiero comune invece di andare controcorrente**  
"Leland Stanford, tra le altre cose fondatore della Stanford University, diventò una delle persone più ricche al mondo vendendo piccoli orologi ai cercatori d'oro. Insomma, riuscì a fare soldi guardando in modo diverso, e creativo, alla corsa all'oro".

5) **Non spiegare come si fanno i soldi e chi paga**  
"Ti raccontano decimila cose ma dimenticano di chiederti chi sono i clienti e come si fanno i soldi. Troppo spesso ci si mette a inventare prodotti o servizi senza avere in mente un revenue model oppure, peggio, pensando di competere sul mercato andando al ribasso sul prezzo".

6) **Sottovalutare l'importanza del core team**  
"Tecnico e venditore spesso si sottovalutano a vicenda, ma senza entrambi non si va da nessuna parte. Una startup è sempre fatta di qualcuno che inventa e qualcuno che vende".

7) **Sottovalutare la complessità della tecnologia nello scale-up e la scarsità di tecnici capaci, specialmente informatici**  
"Un problema tipico delle startup che incontro è quello di concepire soluzioni ad alto contenuto tecnologico senza essersi posti il problema di trovare i tecnici. Avere in partenza quel tipo di persone nella propria squadra è assolutamente strategico. Quando sollevi il problema, mi dicono: questo poi lo farà il consulente. E poi vengono da me disperati perché non lo trovano".

8) **Non chiedere ai clienti che cosa pensino delle idee**  
"Errore tipico e grave: non confrontarsi con il mercato, avere paura di chiedere al cliente: ma questa cosa ti serve? Cosa ne pensi?".

9) **Non mettersi nelle condizioni di poter fornire una validazione del progetto imprenditoriale (prototipo e feedback mercato)**  
"Tropo spesso ci si ferma alle idee, ai concetti, invece bisogna sempre avere pronti e in mano da mostrare a investitori e clienti qualcosa di concreto, reale".

10) **Sottovalutare i costi reali per l'avviamento di una startup**  
"Anche in questo caso è un problema di visione corta. Un esempio tipico che vedo spesso sono le startup che non mettono in conto i costi di marketing, quando si tratta di promuovere un nuovo social network, una app oppure una piattaforma di e-commerce".

17 Giugno 2014

TAG: startup corner, matteo bogana, polihub, errori startupper, economyup, reteconomy

**Articoli Correlati**