

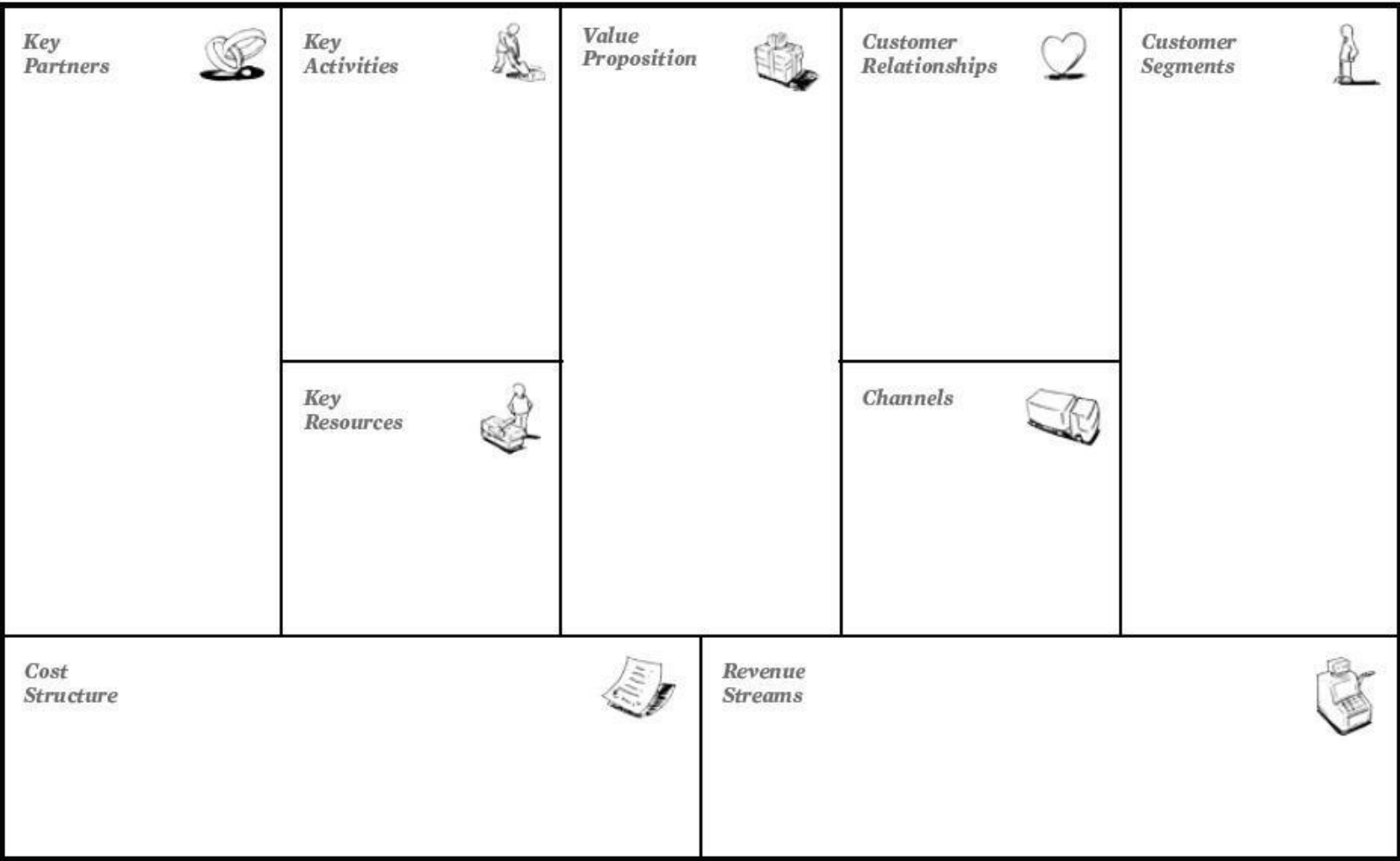
Il Business Model Canvas

Giuseppe Marchese, 2019

In pratica...

**Le 9 domande
a cui devo rispondere
per capire se la mia idea di Impresa
è sostenibile**

Il Business Model Canvas



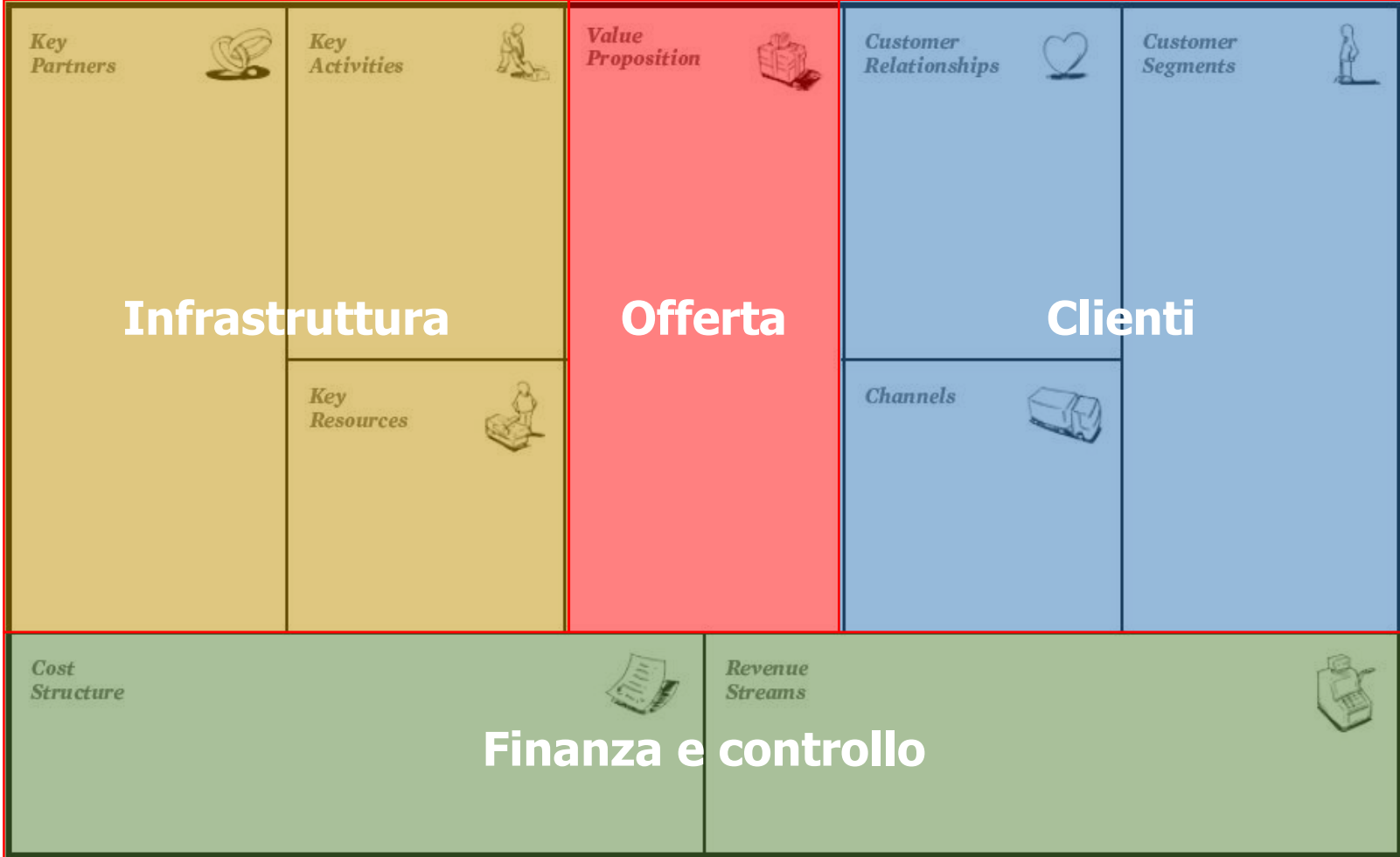
Il Business Model Canvas

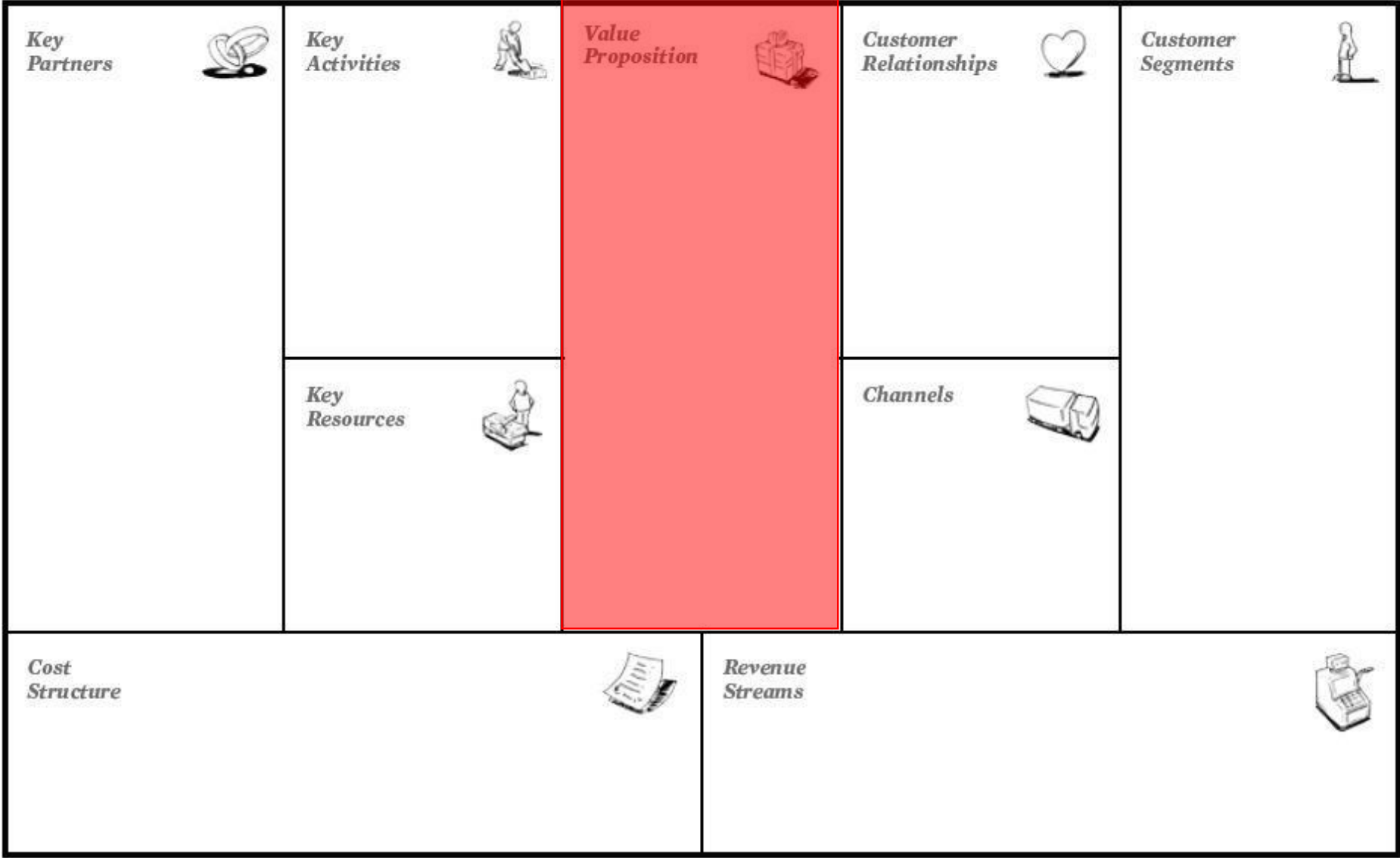
Il Business Model Canvas utilizza il linguaggio visuale per creare e sviluppare modelli di business innovativi, ad alto valore.

Rappresenta visivamente il modo in cui un'azienda crea, distribuisce e raccoglie valore per i propri clienti

Si tratta di uno strumento che permette di avere una visuale chiara e schematica di un qualsiasi progetto di business, dalla pizzeria sotto casa fino al grande progetto industriale.

Il Business Model Canvas





Il Primo passo: individuare il Business



BMC – elemento 1: Valore offerto

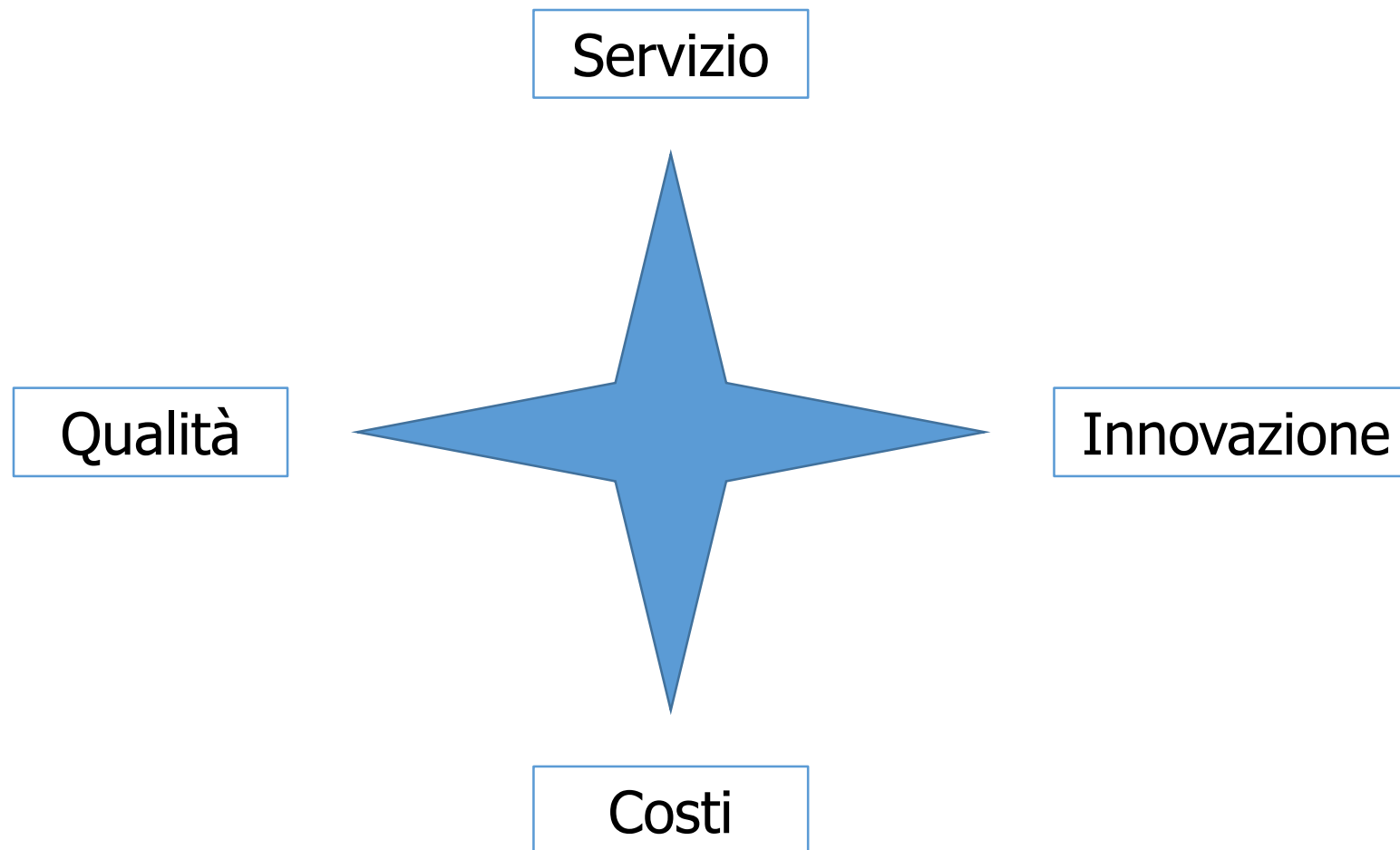
- ✓ Il valore offerto è un insieme di soluzioni studiate per uno specifico segmento di clientela / mercato, con l'obiettivo di soddisfare i bisogni (anche latenti) di quel segmento.
- ✓ Parole chiave: mercato target, problema, bisogno, esplicito, latente, performance, novità, design, costi, prezzo, accessibilità, ...

In quale mercato opero?

(in parte si sfiora l'elemento 2: segmenti di clientela)

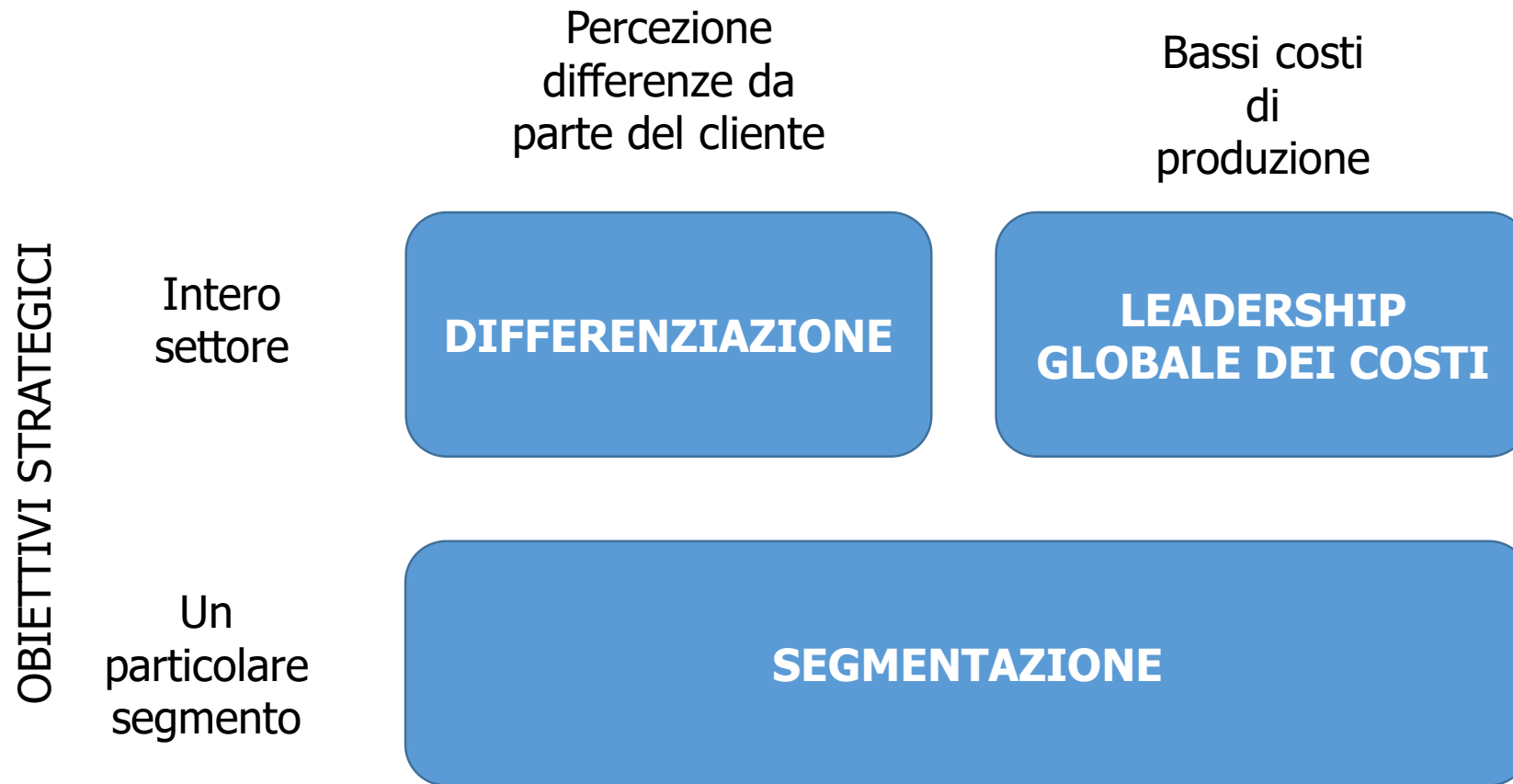
Obiettivo elemento 1
contribuire alla **creazione di valore** per la clientela

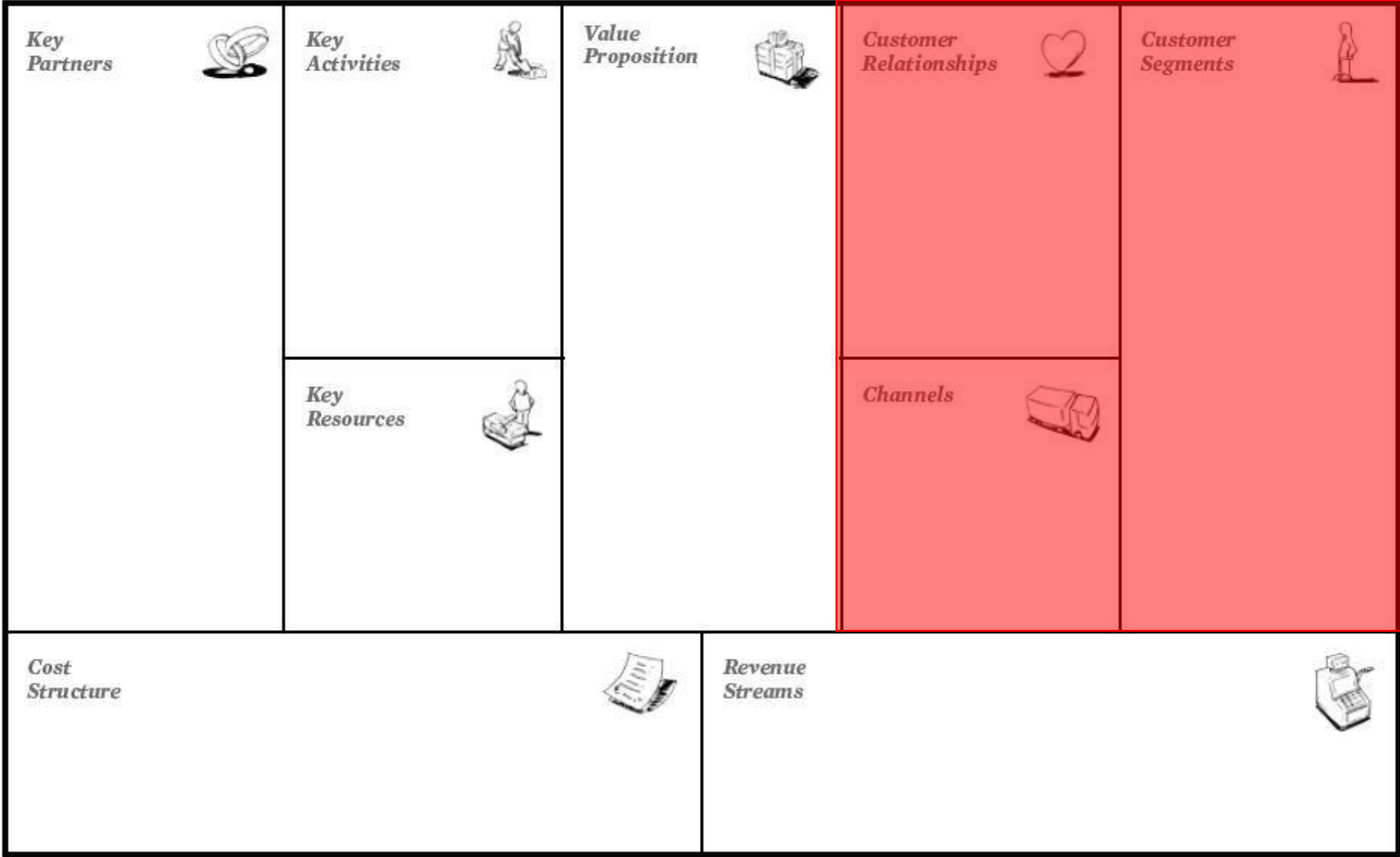
BMC – il vantaggio competitivo



...e le 3 strategie di base

VANTAGGI STRATEGICI





BMC – elemento 2: segmenti di clientela

Si tratta di un blocco fondamentale, che prevede la comprensione del **mercato** al quale ci si rivolge

**Chi sono i nostri clienti ?
Quali quelli più importanti?**

E quindi

**Opereremo in un mercato
di massa? di nicchia? diversificato (multi-sided)?**

BMC – elemento 2: profilare i clienti

I segmenti di potenziali clienti si riconoscono in base a:

- ✓ esigenze comuni
- ✓ comportamenti simili
- ✓ caratteri di somiglianza
- ✓ tipologia di settore in cui si opera.

Obiettivo elemento 2
Identificare il corretto target di riferimento

BMC – elemento 3: canali

Attraverso quali canali vogliamo raggiungere i clienti?

- ✓ Il **canale diretto** prevede due sole figure: il produttore/venditore e l'acquirente/consumatore
- ✓ Il **canale corto** prevede l'intermediazione del dettagliante, il quale compra dal produttore e vende al consumatore
- ✓ Il **canale lungo** si caratterizza per la presenza del grossista distributore

Opteremo per una distribuzione Selettiva? oppure Esclusiva?

BMC – elemento 3: altri elementi

Altri elementi da valutare in questo blocco sono la Consegna ed il Post vendita

**In che modo consegniamo il valore offerto ai clienti?
Come forniamo assistenza post vendita?**

Obiettivo elemento 3
Valutare il miglior(i) canale di distribuzione

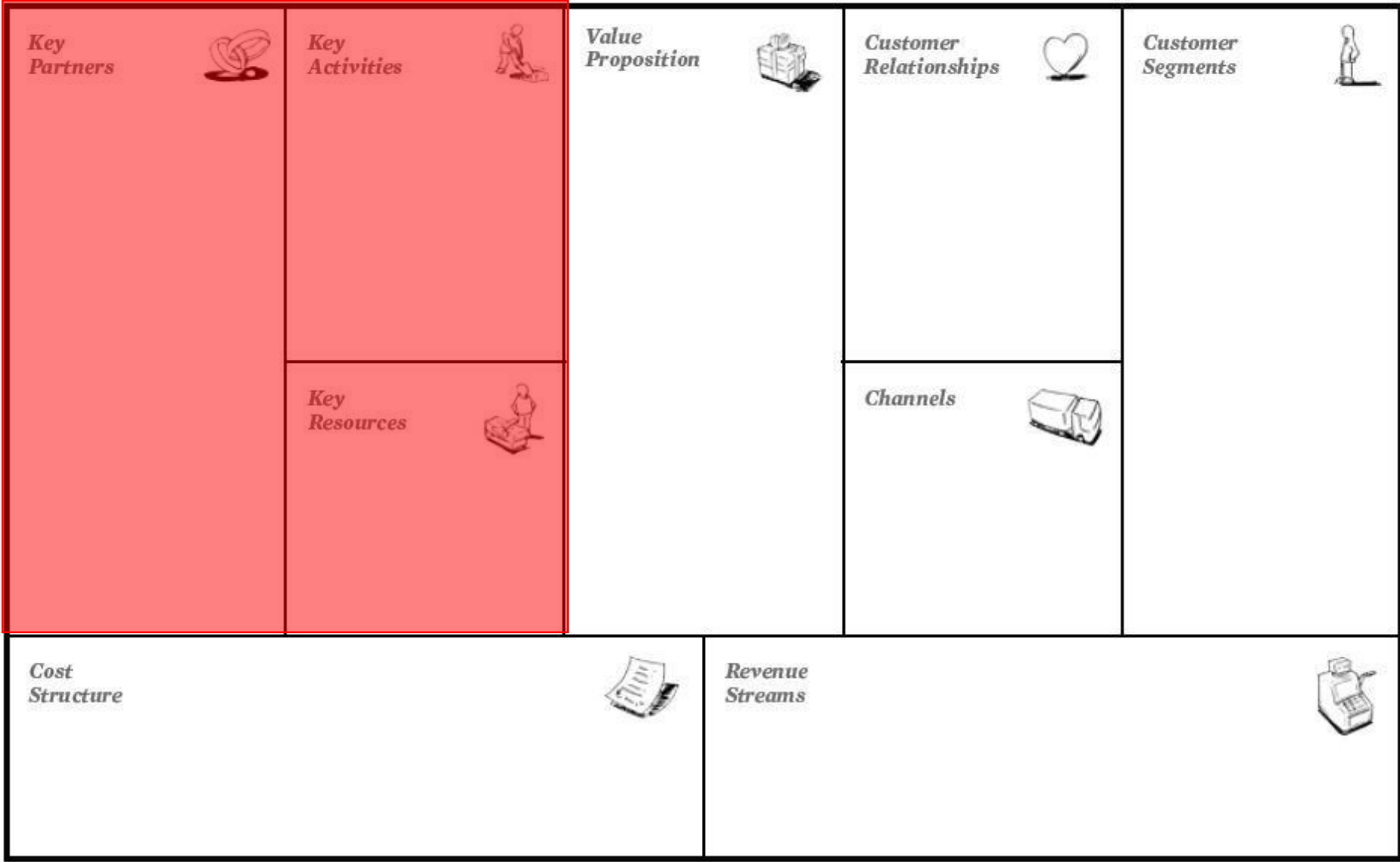
BMC – elemento 4: relazioni con i clienti

Che tipo di relazione stabiliamo con i nostri clienti?

- ✓ Assistenza personale
- ✓ Assistenza personale dedicata
- ✓ Self service
- ✓ Servizi automatici
- ✓ Community
- ✓ Co-creazione

Obiettivo elemento 4

Definire la relazione migliore per la gestione dei clienti



BMC – elemento 5: risorse chiave

Quali sono le risorse necessarie per il valore offerto?

Le risorse chiave identificano ciò di cui ha bisogno l'azienda affinché il modello di business funzioni. Si distinguono in:

- Fisiche
- Intellettuali
- Umane
- Finanziarie

Obiettivo elemento 5

Contribuire ad identificare le risorse necessarie per il progetto

BMC – elemento 5: risorse chiave

Alcuni esempi

<i>Fisiche</i>	Beni materiali: reti di punti vendita, impianti, tecnologie, macchinari...
<i>Intellettuali</i>	Il know-how di un'azienda, i brevetti, i marchi, il copyright, i progetti, le partnership e il database clienti.
<i>Umane</i>	Le risorse umane
<i>Finanziarie</i>	Particolari disponibilità finanziarie: linee di credito, contanti, stock option,...

BMC – elemento 6: partner chiave

Di quali partner ha bisogno l'Azienda?

L'azienda opera in un ecosistema e non è autosufficiente per...

- ottimizzare risorse ed attività
- sviluppare economie di scala
- ridurre i rischi della concorrenza
- competere in un mercato più vasto
- scoprire nuovi clienti.

Obiettivo elemento 6

Contribuire a creare una «Rete» per raggiungere i propri scopi

BMC – elemento 6: partner chiave

Le 3 principali tipologie di partnership:

- ✓ Alleanze strategiche fra aziende non-concorrenti
- ✓ Alleanze strategiche fra concorrenti:
- ✓ Joint Venture

BMC – elemento 7: attività chiave

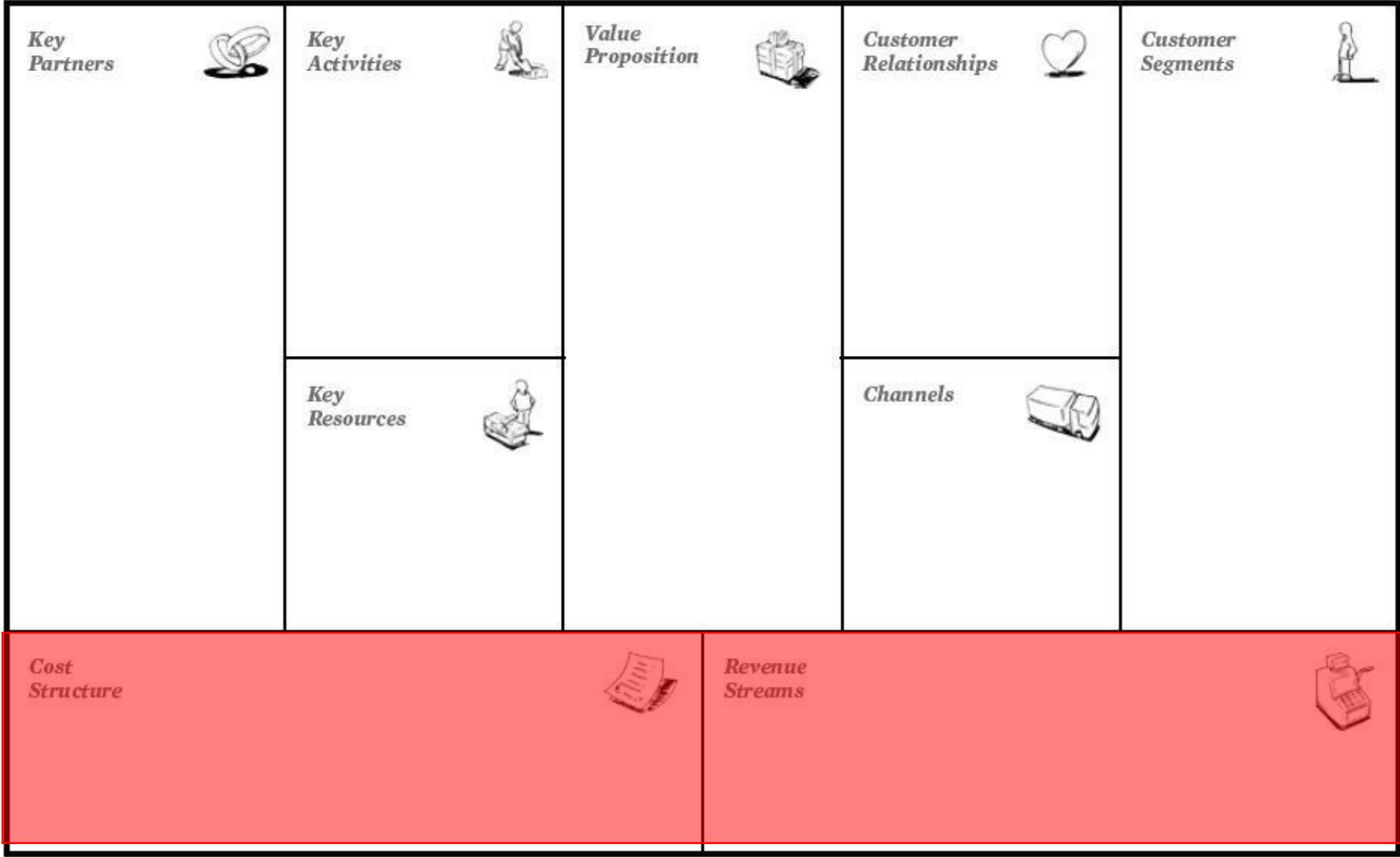
Quali sono le attività necessarie per il valore offerto?

Si distinguono principalmente in:

- ✓ Produttive. Sono tipiche delle aziende manifatturiere
- ✓ Problem solving. Sono tipiche di quei modelli di business che propongono servizi
- ✓ Mantenimento e/o sviluppo di piattaforme/reti. Vedi aziende come Google,...

Obiettivo elemento 7

Quali le attività per far funzionare il modello di business



BMC – elemento 8: ricavi

Cosa, come e quanto devono pagare i Clienti?

Le variabili che rendono il modello di business ed i flussi finanziari sostenibili:

- ✓ Tipo di proposta: vendita, canone d'uso, prestito, noleggio, leasing, affitto, licenze,...
- ✓ Prezzo
- ✓ Modalità di pagamento: unica soluzione, a rate, ricorrente,...

Obiettivo elemento 8
Identificare il flusso dei ricavi

BMC – elemento 9: struttura dei costi

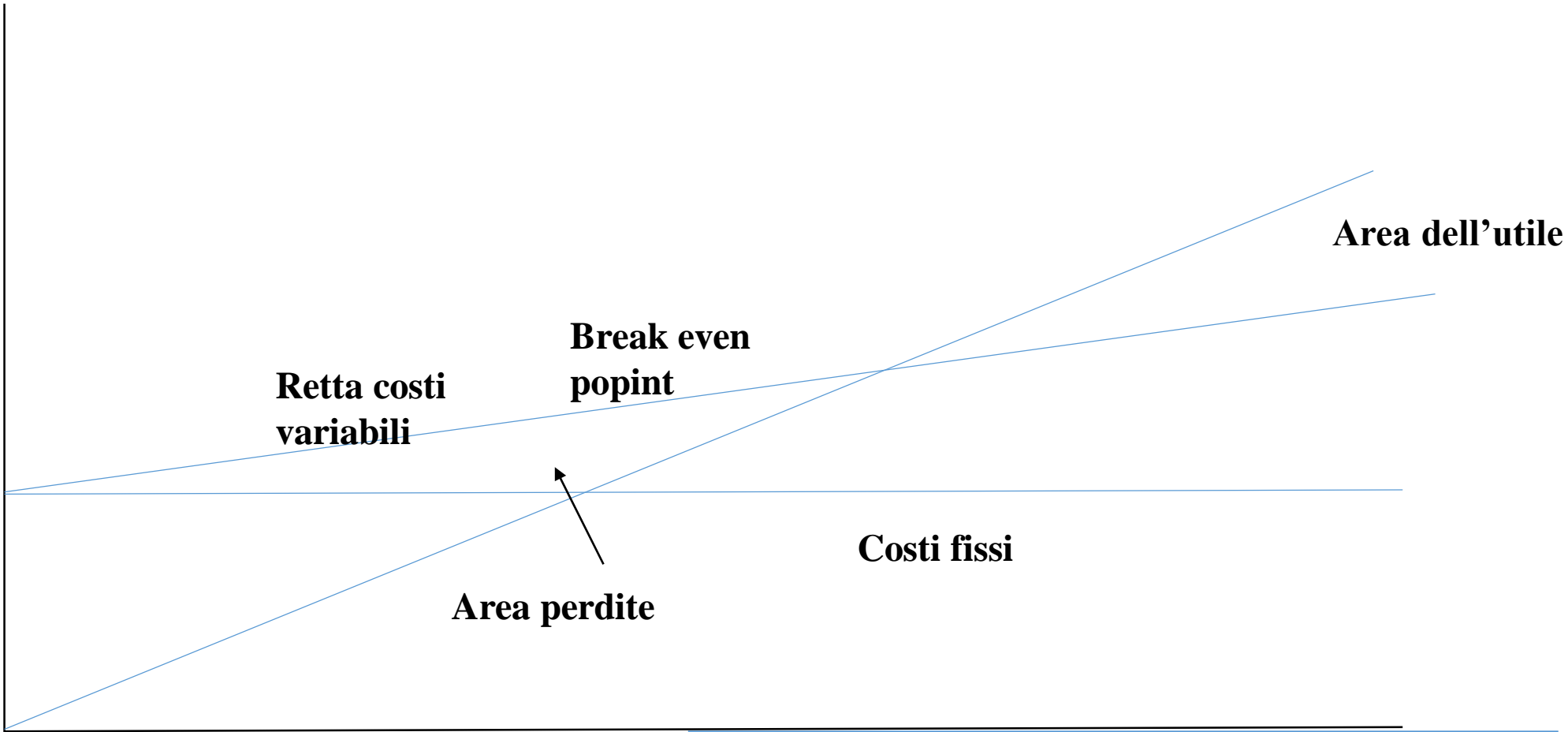
Quali sono i costi dell'Azienda?

Le principali voci di costo da confrontare poi con il flusso dei ricavi per verificare se il Business è sostenibile...

- ✓ I costi più rilevanti
- ✓ Le risorse chiave più costose
- ✓ Le attività chiave più costose
- ✓ I costi fissi vs i costi variabili

Obiettivo elemento 9
Identificare la struttura dei costi dell'Azienda

Break even point



In conclusione...

**Il disegno del progetto è chiaro?
Regge?**

Già ne intravediamo il lancio?

Ottimo. Siamo pronti per la prossima fase...

Il Business Plan

I miei contatti



Giuseppe Marchese

Email

giuseppe@marcheseigiuseppe.com

Skype

giuseppem68

Cellulare

+39 348 9022917 (Italia)

+41 (0)79 4482695 (Svizzera)

Blog

www.marcheseigiuseppe.com

