

Il Business Model Canvas

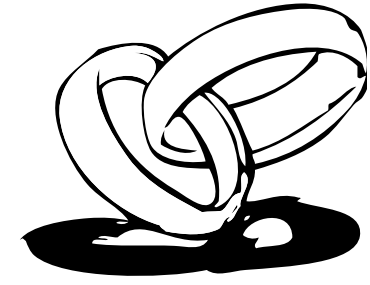
Progettato per:

Progettato da:

Il:

Iterazione:

Partner chiave



Chi sono i nostri Partner chiave?
Chi sono i nostri fornitori chiave?
Quali Risorse chiave stiamo acquisendo dai partner?
Quali Attività chiave svolgono i partner?

MOTIVAZIONE PER LA PARTNERSHIP
Ottimizzazione e risparmio
Riduzione del rischio e dell'incertezza
Acquisizione di particolari risorse e attività

Attività chiave



Quali sono le attività necessarie per il nostro valore offerto?
I nostri canali di distribuzione?
Le relazioni con i clienti?
I ricavi?

CATEGORIE
Produzione
Soluzione di problemi
Piattaforma / Rete

Valore offerto



Che tipo di valore forniamo ai clienti?
Quale problema dei nostri clienti stiamo aiutando a risolvere?
Quale pacchetto di prodotti e servizi stiamo offrendo ai clienti?
Quali bisogni dei clienti stiamo soddisfacendo?

CARATTERISTICHE
Novità
Prestazioni
Personalizzazione
"Risolvere"
Design
Marca / Status symbol
Prezzo
Riduzione dei costi
Riduzione dei rischi
Accessibilità
Comodità / Usabilità

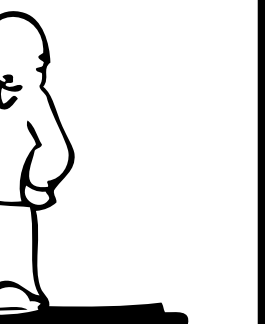
Relazioni con i clienti



Che tipo di relazione vuole che stabiliamo e manteniamo, ognuno dei nostri segmenti cliente?
Quali relazioni abbiamo stabilito?
Come sono integrati con il resto del nostro Business Model?
Quanto costano?

ESEMPI
Assistenza personale
Assistenza personale dedicata
Self-service
Sistemi automatici
Comunità
Creazione in comune

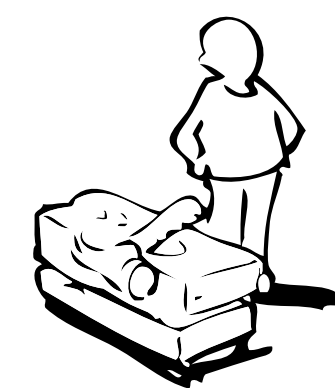
Clienti (segmenti)



Per chi stiamo creando valore?
Chi sono i nostri clienti più importanti?

Mercato di massa
Mercato di nicchia
Mercato segmentato
Piattaforme multi-sided

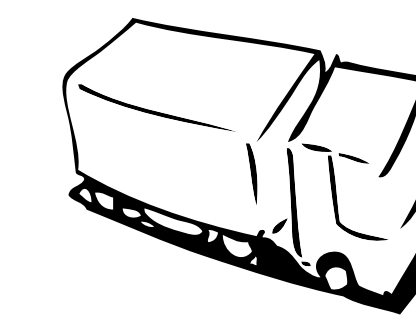
Risorse chiave



Quali sono le risorse necessarie per il nostro valore offerto?
I nostri canali di distribuzione?
Le relazioni con i clienti?
I ricavi?

TIPOLOGIE DI RISORSE
Fisiche
Intelletuali (marchi, brevetti, diritti d'autore, dati)
Umane
Finanziarie

Canali



Attraverso quali canali vogliono essere raggiunti i nostri clienti?
In che modo li stiamo raggiungendo?
Come sono integrati i nostri canali?
Quali funzionano meglio?
Quali sono i più efficienti, a livello di costi?
Come li stiamo integrando con le abitudini dei clienti?

FASI DEI CANALI
1. Consapevolezza
Come aumentiamo la consapevolezza dei prodotti e servizi della nostra azienda?
2. Valutazione
Come facciamo ad aiutare i nostri clienti a valutare il valore offerto dalla nostra azienda?
3. Acquisto
Come possono i clienti, acquistare specifici prodotti e servizi della nostra azienda?
4. Consegna
In che modo consegniamo il valore offerto ai clienti?
5. Post vendita
Come forniamo assistenza post vendita?

Struttura dei costi

Quali sono i costi più importanti del nostro Business Model?
Quali delle Risorse chiave sono le più costose?
Quali delle Attività chiave sono le più costose?

LA TUA ATTIVITÀ È PIÙ:
Orientata al costo (struttura dei costi snella, valore offerto a basso costo, massima automazione, outsourcing spinto)
Orientata al valore (focalizzata sulla creazione del valore, valore offerto premium)

ESEMPI DI CARATTERISTICHE
Costi fissi (salari, affitti, utilities)
Costi variabili
Economie di scala
Economie di gamma



Ricavi

Per quale valore, i nostri clienti vogliono veramente pagare?
Per che cosa pagano?
In che modo stanno pagando?
Come preferirebbero pagare?
Quanto contribuisce ai ricavi ogni flusso di ricavi?

TIPÌ	PREZZO FISSO	PREZZO DINAMICO
Vendita di beni	Prezzo di listino	Negoziazione (contrattazione)
Costo per l'uso	Dipendente dalle caratteristiche del prodotto	Tarifflazione in tempo reale
Abbonamento	Dipendente dal segmento cliente	Mercato in tempo reale
Noleggio / Affitto / Leasing	Dipendente dal volume	
Intermediazione		
Pubblicità		

