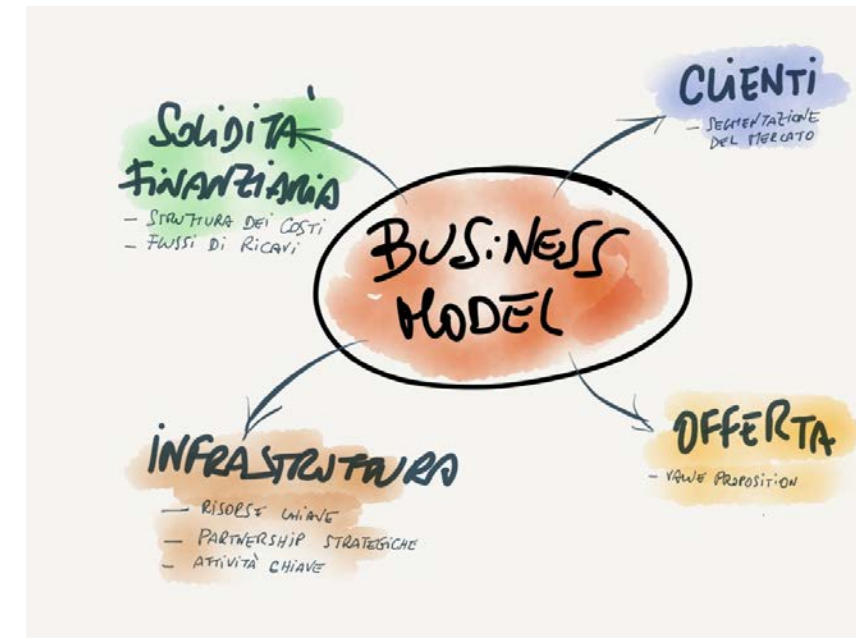
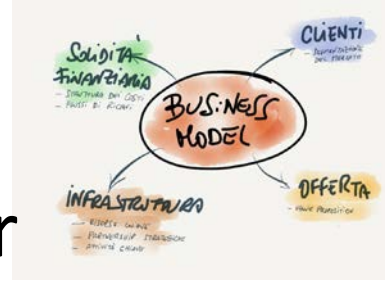


Identificare, Progettare, Validare il MODELLO DI BUSINESS

Cinzia Dessì



Progettare il modello di Business



- Il **business model canvas** è lo strumento di riferimento per analizzare, progettare e razionalizzare modelli di business
- La tela sulla quale l'imprenditore disegna il business model definendo tutte le sottodimensioni
- Immediato e semplice
- Percorso consequenziale
- Integra prospettiva qualitativa e implicazioni economiche
- Efficacie per imprese esistenti e per nuove iniziative
- Efficacie e supporta il lavoro di squadra

Business Model Canvas

Nome del progetto:

Partner e
fornitori



Attività e
organizzazione



Value
Proposition



Customer
Experience



Mercato



Sistema
Competitivo



Struttura

Sistema d'offerta

Contesto esterno

Risorse
Chiave



Canali



Fonti di Costo e di Investimento



Fonti di Ricavo



Condizioni di equilibrio economico

Contesto Esterno

Il sistema **COMPETITIVO**

Analisi delle imprese concorrenti



delinare la *value proposition*

DIFFERENZIAZIONE

REGOLE DEL GIOCO

BARRIERE ALL'ENTRATA

Il **MERCATO**

Segmentazione

Dimensioni
Sociodemografiche

Dimensioni
Geografiche

Dimensioni
Psicografiche

Dimensioni
Comportamentali

Diffusione di nuove
tencologie

Il sistema di offerta

- ✓ La value proposition
- ✓ La customer experience
- ✓ I canali

Il sistema di offerta

La value proposition

Valore generato per il consumatore

Coerenza con i bisogni del target

FATTORI CHE RENDONO
DISTINTICA LA VALUE
PROPOSITION

Analisi di Benchmark

PREZZO

- Basato sulla struttura dei costi
- Basato sul cliente
- Posizionamento di concorrenti e sostituti
- Potenziale strategico del target

Il sistema di offerta

La customer experience



Il sistema di offerta

I canali

✓ Canali di COMUNICAZIONE

paid media

owned media

earned media

✓ Canali di VENDITA

indiretti

diretti

Diretti online

Marketplace digitali

✓ Canali di SERVIZIO e di RELAZIONE

La STRUTTURA

Le attività chiave e l'organizzazione

- ✓ definizione della struttura organizzativa
- ✓ processi necessari per servire il target di mercato
- ✓ processi necessari per realizzare la value proposition

La STRUTTURA

Risorse chiave

- ✓ Risorse materiali
- ✓ Risorse immateriali
- ✓ Risorse igeniche

La STRUTTURA

Partner e fornitori

- ✓ Network attori esterni
- ✓ Partnership
- ✓ cooperazione

Condizioni di equilibrio economico

Fonti di COSTO e di INVESTIMENTO

- ✓ Rilevanza
- ✓ Rigidità
- ✓ Dinamica finanziaria

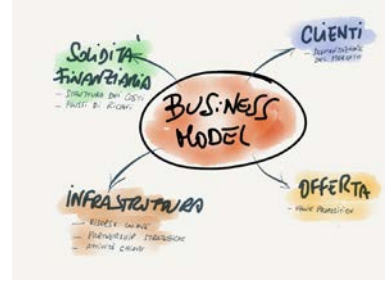
- ✓ Rilevanza
- ✓ continuatività

Fonti di RICAVO

- ✓ Rilevanza
- ✓ Dinamica finanziaria

- Sostenibilità economica
- Scalabilità
- Dinamica finanziaria

Validare il modello di Business



La validazione si realizza lavorando sul campo
a contatto con i potenziali clienti

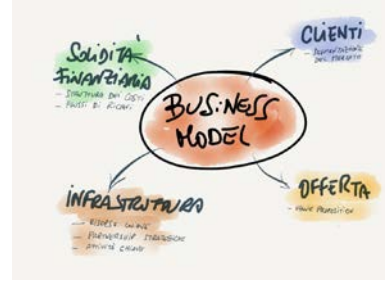
VERIFICARE SUL CAMPO

Ha l'obiettivo di verificare sul campo la sostenibilità del progetto
imprenditoriale

RILEVANZA

RIPETIBILITA'

SCALABILITA'

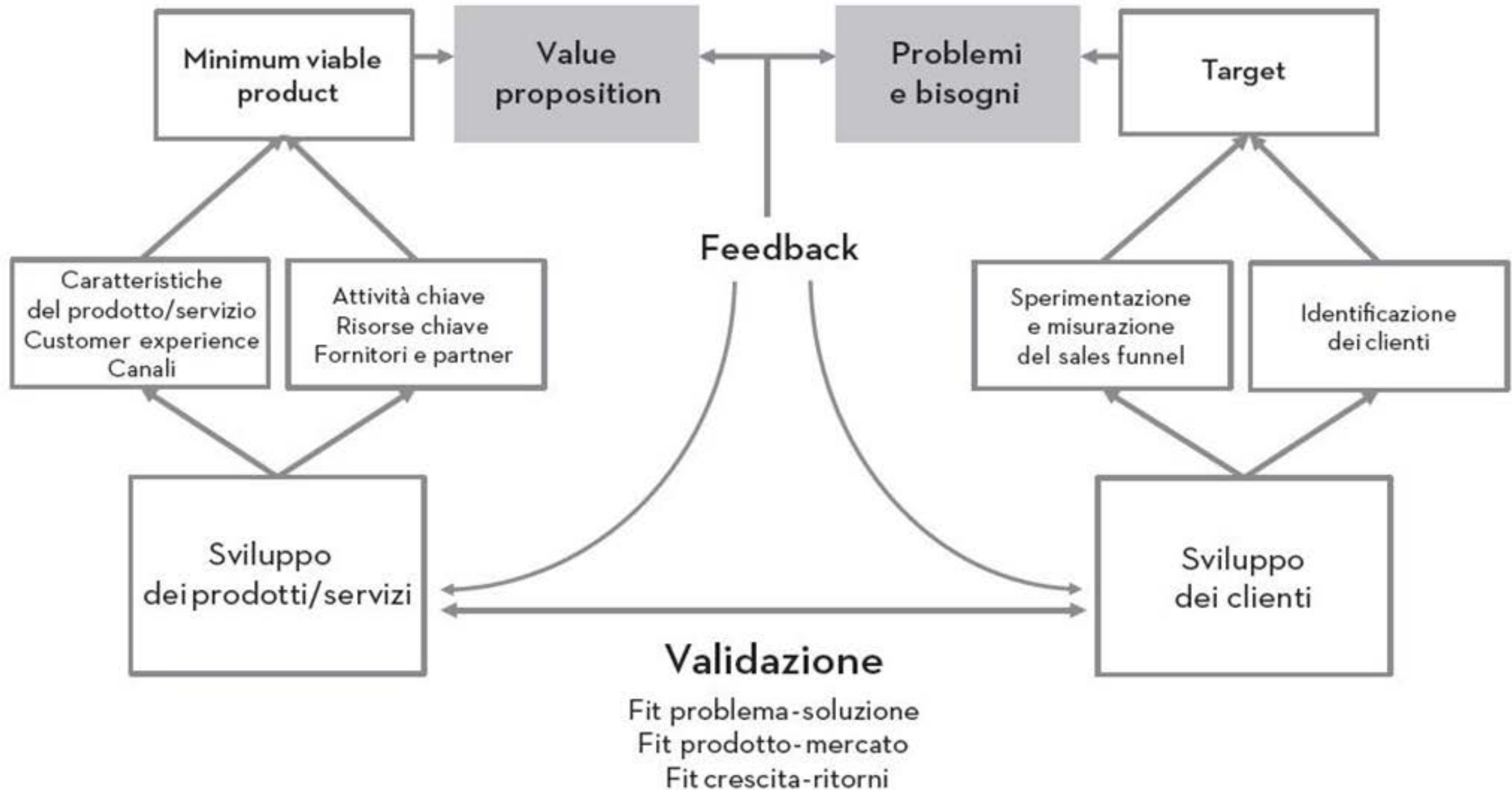


Validare il modello di Business

- *RILEVANZA: esiste almeno un cliente disponibile ad acquistare il prodotto o servizio?*
- *RIPETIBILITA': è possibile venderlo a un mercato, con un processo ripetibile?*
- *SCALABILITA': come evolvono i ritorni economici, in relazione a una crescita su larga scala?*

Struttura

Cliente



RILEVANZA

Test	Domande chiave	Attività	Risultati attesi	Durata
Fit problema- soluzione (rilevanza)	Esiste almeno un cliente disponibile ad acquistare il prodotto o servizio?	Definizione e sperimentazione di un'offerta o di un MVP semplificato	Identificazione, esplorazione e validazione del target e dei loro bisogni Iterazioni del modello di offerta e del modello di business	Primi 3-6 mesi

RIPETIBILITA'

Fit prodotto-mercato (ripetibilità)

È possibile vendere a un mercato, con un processo ripetibile?

Sperimentazione e standardizzazione dei processi di marketing e vendita

Iterazione e adattamento continuo dell'MVP

Raccolta metriche del sales funnel

Raccolta risorse finanziarie per la sperimentazione

Processo di vendita ripetibile
Affinamento del modello di offerta

Metriche di conversione e valutazione di CAC e CLTV

Da 6 mesi a un anno e mezzo

SCALABILITA'

Fit crescita-ritorni
(scalabilità)

Quali sono
le aree potenziali
di crescita?

Qual è l'impatto
della crescita sui
ritorni economici?

Transizione da MVP
a prodotto/servizio
definitivo

Sviluppo e ampliamento
del mercato

Sviluppo struttura
organizzativa

Standardizzazione
attività per migliorare
la scalabilità

Raccolta risorse
finanziarie
per la crescita

Crescita

Scalabilità

Profittabilità

2-3 anni