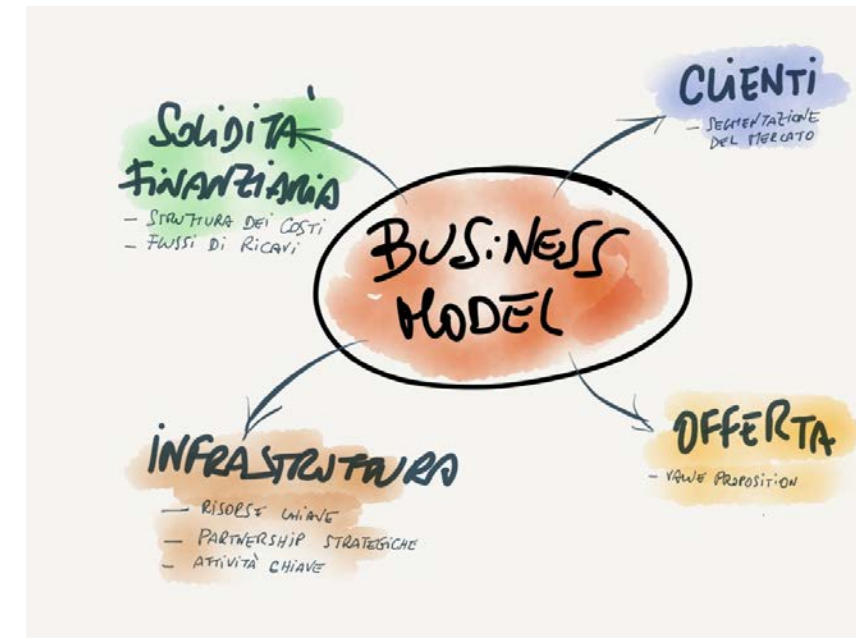
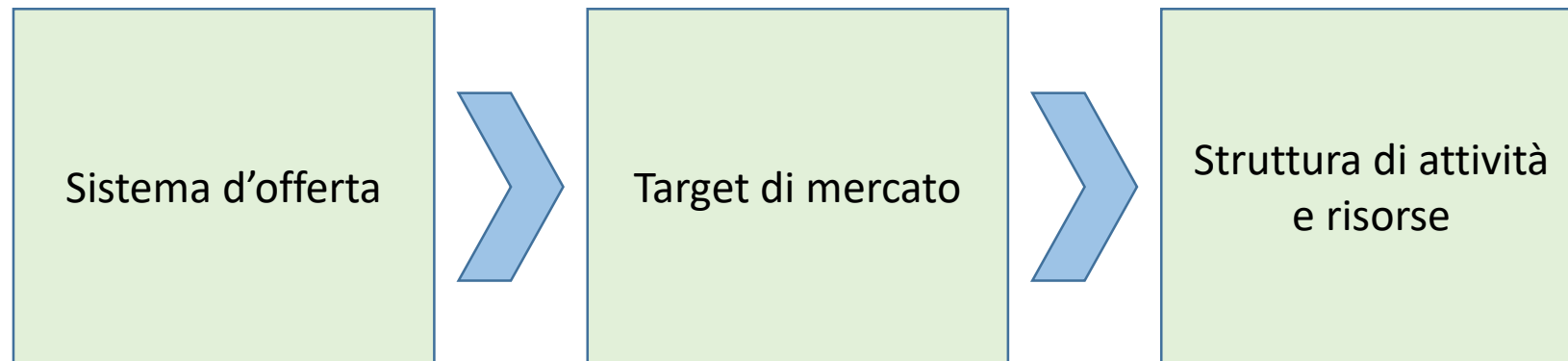
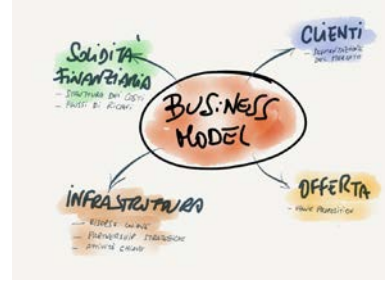


# Identificare, Progettare, Validare il MODELLO DI BUSINESS

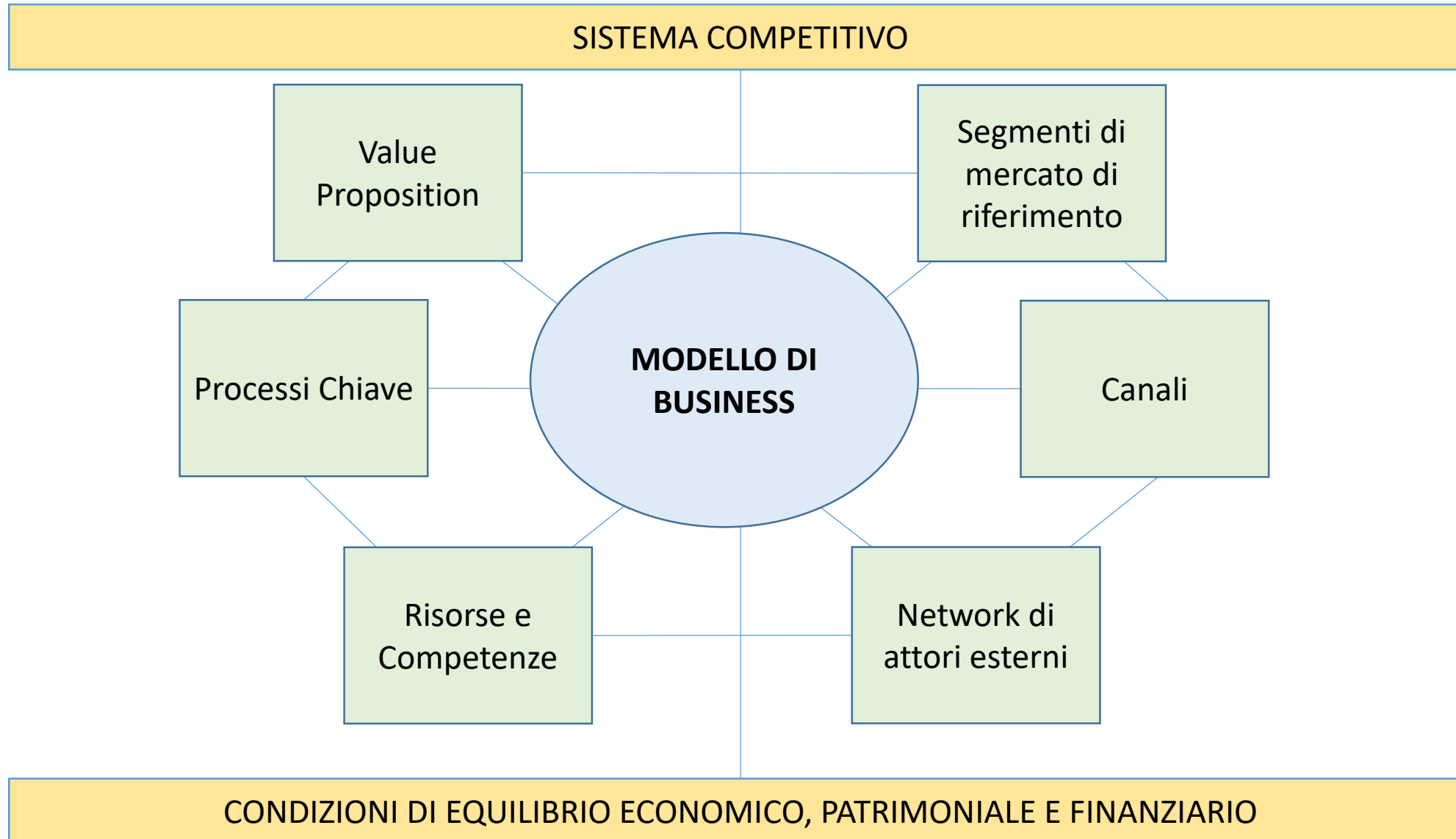
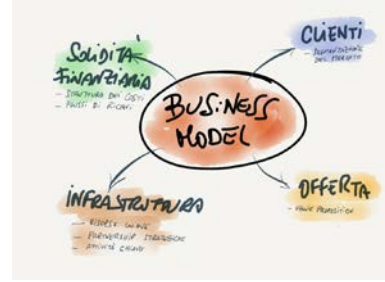
Cinzia Dessì



# Identificare il modello di Business



# Elementi fondamentali di un modello di Business



# I modelli di Business

- 1. Produzione e vendita di prodotti**
- 2. Commercializzazione di prodotti – ingrosso, dettaglio, ecommerce**
- 3. Servizi**
- 4. Combinazione di prodotti e servizi**
- 5. Sussidio incrociato**
- 6. Prodotti «as a service»**
- 7. Piattaforme e modelli di business digitali**

Modelli di business:  
produzione e vendita di Prodotti (1)

- Modello più tradizionale
- Ricavi generati dal prezzo di vendita e dai volumi di vendita
- Nuove opportunità con i canali online

# Modelli di business:

## Commercializzazione di Prodotti e servizi (2)

- Modello tradizionale
- Ricavi generati dalla vendita di prodotti integrata da servizi accessori
- ingrosso
- Dettaglio
- ecommerce

# Modelli di business: Servizi

(3)

- Ampie possibilità di differenziazione
- Alti livelli di marginalità
- Processi operativi complessi
- Intangibilità dell'offerta
- Relazione col cliente
- Customer experience
- Brand
- Flessibilità capacità produttiva

Modelli di business:

Combinazione di Prodotti e servizi (4)

- Evoluzione dell'economia tradizionale
- Differenziazione
- Fidelizzazione indotta
- «produttivazione»



Modelli di business:

Sussidio incrociato (mod. Razor-Blade) (5)

- Vendita di 2 o più beni complementari
- Prodotto principale + prodotto complementare
- Costruire una base utenti
- Sviluppare ricavi più alti
- Fidelizzare il cliente effetti di lock-in

Modelli di business:  
prodotti «as-a-service» (6)

- Vendere prodotti in forma di servizi
- Cliente acquista l'accesso flessibile al prodotto piuttosto che il possesso
- Azienda vende i benefici anziché la proprietà

Modelli di business:

Piattaforme e modelli di business digitali (7)

- Crescita esponenziale
- Effetti di rete
- Ruolo produttivo degli utenti
- Mercati multilaterali

