

# Il Business Model Canvas

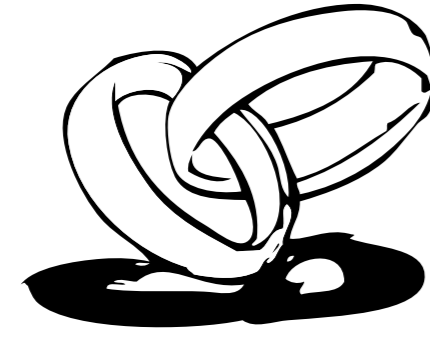
Progettato per:

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

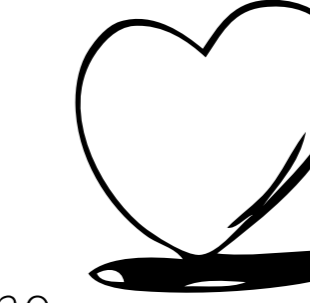
## Valore offerto



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

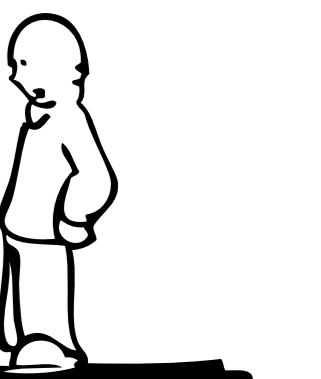
## Relazioni con i clienti



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?

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

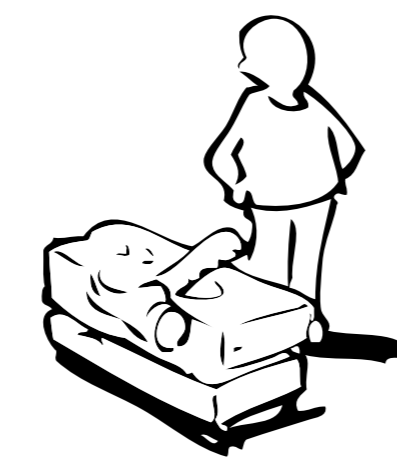
## Segmenti di clientela



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

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

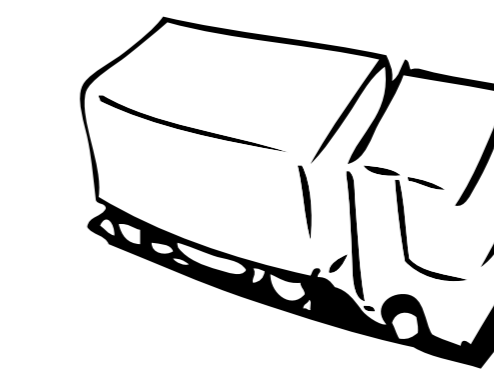
## Risorse chiave



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  
Intellettuale (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?

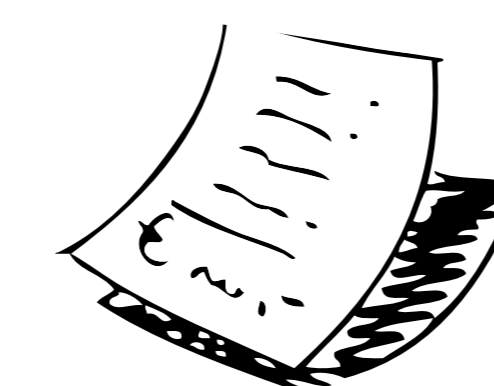
FASI DEI CANALI  
1. Consapevolezza  
Come aumentiamo la consapevolezza dei prodotti e servizi della nostra azienda?  
2. Valutazione  
Come facciamo ad aiutare i nostri clienti a valutare il valore offerto dalla nostra azienda?  
3. Acquisto  
Come possono i clienti acquistare specifici prodotti e servizi 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)

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



## Flussi di 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?

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

