

# 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**  
Organizzazione 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**  
Nuovi  
Protettivi  
Personalizzazione  
"Sticker"  
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?

**ESISTE**  
Assistenza personale  
Assistenza personale dedicata  
Self-service  
Sistemi automatizzati  
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  
Particolare multi-niche

## Risorse chiave



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

**TIPLOGIE DI RISORSE**  
Finanza  
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?

**FASE DEI CANALI**  
1. Competitività  
Come aumentiamo la competitività dei prodotti e servizi della nostra azienda?  
2. Mid-market  
Come facciamo ad aiutare i nostri clienti a valutare il valore offerto dalla nostra azienda?  
3. Acquisito  
Come presento i clienti, acquirenti specifici prodotti e servizi della nostra azienda?  
4. Canale  
In che modo coinvolgo il valore offerto ai clienti?  
5. Post vendita  
Come facciamo a massimizzare 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 SUA ATTIVITÀ È PER:**  
Orientata al costo (struttura dei costi snella, valore offerto a basso costo, massima automazione, outsourcing esteso)  
Orientata al valore (focalizzata sulla creazione del valore, valore offerto premium)

**INDICI DI CARATTERISTICHE:**  
Costi fissi (salari, affitti, utenze)  
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 funzione  
Abbonamento  
Noleggio / Affitto / Leasing  
Intermediatore  
Pubblicità

**PREZZO FISSO**  
Prezzo di listino  
Dipendente dalle caratteristiche del prodotto  
Dipendente dal segmento cliente  
Dipendente dal volume

**PREZZO SENSOVOTO**  
Negotiazione / contrattazione  
Tariffazione in tempo reale  
Mercato in tempo reale

