

# Modello di schema aziendale

---

## ■ Che cos'è il Business Model Canvas (BMC)?

Un modello di business è tra le dieci cose più importanti che un imprenditore dovrebbe preparare, è qui che vengono concretizzate le sue idee.

Uno dei supporti più utili per elaborare uno schema efficace è il Business Model Canvas.

Il Business Model Canvas è lo strumento di pensiero critico più utilizzato per la creazione di un modello di business. Consiste nel creare un Business Model abbozzando prima degli scenari di analisi, con lo scopo di pensare a tutti i punti chiave: punti di forza e di debolezza.

# Perché un Business Model Canvas?

Il BMC ti dà la struttura di un business plan senza le spese generali e l'improvvisazione di uno schizzo "dietro un tovagliolo"!

1

2

Questo strumento chiarisce in modo semplice il modello di business, facilitando un processo che può essere difficile se non si ha un'idea chiara su come elaborarlo.

Il BMC permette di allineare le attività commerciali mostrando possibili compromessi. È una tecnica visiva per avere l'intera attività sott'occhio.

3

# Gli elementi del Business Model

## Canvas (1/3)

- **Segmento clientela:** Chi sono I clienti? Cosa pensano? Vedete? Sensazioni?
- **Valore offerto:** Cosa c'è di interessante nell'offerta? Perché i clienti scelgono di acquistarla o utilizzarla?
- **Canali:** (comunicazione, distribuzione e vendita): Come vengono promosse, vendute e consegnate queste offerte? Perché? Funziona?

# Gli elementi del sistema Business

## ■ Model Canvas (2/3)

- **Relazioni con clienti:** Come interagite con il cliente durante il percorso?
- **Flussi di ricavi:** Come guadagna l'azienda grazie al valore aggiunto?
- **Attività chiave:** Quali sono le strategie *uniche* che l'azienda mette in atto per realizzare l'offerta?
- **Risorse chiave:** Quali sono gli elementi strategici unici che l'azienda deve avere per essere competitiva?

# Gli elementi del Business Model

## ■ Canvas (3/3)

- **Partner chiave:** Cosa può NON fare l'azienda e potersi così concentrare sulle attività chiave?
- **Struttura dei costi:** Quali sono i principali fattori di costo dell'azienda? In che modo sono legati al fatturato?



# Griglia degli elementi del BMC

<h3>Partner chiave</h3>  <p>Chi sono i nostri Partner chiave? Chi sono i nostri fornitori chiave? Quali Risorse chiave stiamo acquistando dai partner? Quali Attività chiave svolgono i partner?</p> <p><small>UTILITÀ PER LA PARTNERSHIP Diversificare i rapporti Riduzione del rischio di disinvestimento Acquisizione di particolari risorse e attività</small></p>	<h3>Attività chiave</h3>  <p>Quali sono le attività necessarie per il nostro valore offerto? I nostri canali di distribuzione? Le relazioni con i clienti? I ricavi?</p> <p><small>Processi Produzione Soluzione di problemi Partnership / Rete</small></p>	<h3>Valore offerto</h3>  <p>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?</p> <p><small>Canali di distribuzione Brand Prodotti Personalizzazione "Smartness" Design Materie / Materie simbolo Processi innovativi Riduzione dei costi Riduzione del rischio Accessibilità Consiglio / Usabilità</small></p>	<h3>Relazioni con i clienti</h3>  <p>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?</p> <p><small>Canali Assistenza personalizzata Assistenza personalizzata Self service Sistemi automatizzati Comunità Conoscenza di settore</small></p>	<h3>Segmenti di clientela</h3>  <p>Per chi stiamo creando valore? Chi sono i nostri clienti più importanti? Misure di massa Misure di nicchia Misure segmentate Partnership multi-actor</p>																																																																																																				
	<h3>Risorse chiave</h3>  <p>Quali sono le risorse necessarie per il nostro valore offerto? I nostri canali di distribuzione? Le relazioni con i clienti? I ricavi?</p> <p><small>Impiegati ed expertise Fiscali Intellettuale (brevetti, diritti d'autore, dati) Liquore Finanziaria</small></p>		<h3>Canali</h3>  <p>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?</p> <p><small>Perché non i canali? 1. Consegna diretta 2. Consegna indiretta 3. Canali di distribuzione 4. Canali di distribuzione 5. Canali di distribuzione 6. Canali di distribuzione 7. Canali di distribuzione 8. Canali di distribuzione 9. Canali di distribuzione 10. Canali di distribuzione</small></p>																																																																																																					
<h3>Struttura dei costi</h3>  <p>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?</p> <p><small>LA TUA ATTIVITÀ È... Ottimizzare il costo (riduzione dei costi variabili, valore offerto a basso costo, macchine automatizzate, outsourcing spinti) Ottimizzare il valore (investire nella struttura del valore, valore offerto premium)</small></p> <p><small>Canali di distribuzione Costi dei canali (affitti, utilities, ecc.) Costi variabili Riduzione del rischio Riduzione di gestione</small></p>		<h3>Flussi di ricavi</h3>  <p>Per quale valore, i nostri clienti vogliono veramente pagare? Per che cosa pagano? In che modo stanno pagando? Come preferirebbero pagare?</p> <p><small>Quanto contribuisce ai ricavi ogni flusso di ricavi?</small></p> <table border="0"> <tr> <td><small>1. Vendita di beni</small></td> <td><small>2. Vendita di servizi</small></td> <td><small>3. Vendita di servizi</small></td> <td><small>4. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>5. Vendita di servizi</small></td> <td><small>6. Vendita di servizi</small></td> <td><small>7. Vendita di servizi</small></td> <td><small>8. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>9. Vendita di servizi</small></td> <td><small>10. Vendita di servizi</small></td> <td><small>11. Vendita di servizi</small></td> <td><small>12. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>13. Vendita di servizi</small></td> <td><small>14. Vendita di servizi</small></td> <td><small>15. Vendita di servizi</small></td> <td><small>16. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>17. Vendita di servizi</small></td> <td><small>18. Vendita di servizi</small></td> <td><small>19. Vendita di servizi</small></td> <td><small>20. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>21. Vendita di servizi</small></td> <td><small>22. Vendita di servizi</small></td> <td><small>23. Vendita di servizi</small></td> <td><small>24. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>25. Vendita di servizi</small></td> <td><small>26. Vendita di servizi</small></td> <td><small>27. Vendita di servizi</small></td> <td><small>28. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>29. Vendita di servizi</small></td> <td><small>30. Vendita di servizi</small></td> <td><small>31. Vendita di servizi</small></td> <td><small>32. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>33. Vendita di servizi</small></td> <td><small>34. Vendita di servizi</small></td> <td><small>35. Vendita di servizi</small></td> <td><small>36. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>37. Vendita di servizi</small></td> <td><small>38. Vendita di servizi</small></td> <td><small>39. Vendita di servizi</small></td> <td><small>40. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>41. Vendita di servizi</small></td> <td><small>42. Vendita di servizi</small></td> <td><small>43. Vendita di servizi</small></td> <td><small>44. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>45. Vendita di servizi</small></td> <td><small>46. Vendita di servizi</small></td> <td><small>47. Vendita di servizi</small></td> <td><small>48. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>49. Vendita di servizi</small></td> <td><small>50. Vendita di servizi</small></td> <td><small>51. Vendita di servizi</small></td> <td><small>52. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>53. Vendita di servizi</small></td> <td><small>54. Vendita di servizi</small></td> <td><small>55. Vendita di servizi</small></td> <td><small>56. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>57. Vendita di servizi</small></td> <td><small>58. Vendita di servizi</small></td> <td><small>59. Vendita di servizi</small></td> <td><small>60. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>61. Vendita di servizi</small></td> <td><small>62. Vendita di servizi</small></td> <td><small>63. Vendita di servizi</small></td> <td><small>64. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>65. Vendita di servizi</small></td> <td><small>66. Vendita di servizi</small></td> <td><small>67. Vendita di servizi</small></td> <td><small>68. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>69. Vendita di servizi</small></td> <td><small>70. Vendita di servizi</small></td> <td><small>71. Vendita di servizi</small></td> <td><small>72. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>73. Vendita di servizi</small></td> <td><small>74. Vendita di servizi</small></td> <td><small>75. Vendita di servizi</small></td> <td><small>76. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>77. Vendita di servizi</small></td> <td><small>78. Vendita di servizi</small></td> <td><small>79. Vendita di servizi</small></td> <td><small>80. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>81. Vendita di servizi</small></td> <td><small>82. Vendita di servizi</small></td> <td><small>83. Vendita di servizi</small></td> <td><small>84. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>85. Vendita di servizi</small></td> <td><small>86. Vendita di servizi</small></td> <td><small>87. Vendita di servizi</small></td> <td><small>88. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>89. Vendita di servizi</small></td> <td><small>90. Vendita di servizi</small></td> <td><small>91. Vendita di servizi</small></td> <td><small>92. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>93. Vendita di servizi</small></td> <td><small>94. Vendita di servizi</small></td> <td><small>95. Vendita di servizi</small></td> <td><small>96. Vendita di servizi</small></td> </tr> <tr> <td><small>97. Vendita di servizi</small></td> <td><small>98. Vendita di servizi</small></td> <td><small>99. Vendita di servizi</small></td> <td><small>100. Vendita di servizi</small></td> </tr> </table>			<small>1. Vendita di beni</small>	<small>2. Vendita di servizi</small>	<small>3. Vendita di servizi</small>	<small>4. Vendita di servizi</small>	<small>5. Vendita di servizi</small>	<small>6. Vendita di servizi</small>	<small>7. Vendita di servizi</small>	<small>8. Vendita di servizi</small>	<small>9. Vendita di servizi</small>	<small>10. Vendita di servizi</small>	<small>11. Vendita di servizi</small>	<small>12. Vendita di servizi</small>	<small>13. Vendita di servizi</small>	<small>14. Vendita di servizi</small>	<small>15. Vendita di servizi</small>	<small>16. Vendita di servizi</small>	<small>17. Vendita di servizi</small>	<small>18. Vendita di servizi</small>	<small>19. Vendita di servizi</small>	<small>20. Vendita di servizi</small>	<small>21. Vendita di servizi</small>	<small>22. Vendita di servizi</small>	<small>23. Vendita di servizi</small>	<small>24. Vendita di servizi</small>	<small>25. Vendita di servizi</small>	<small>26. Vendita di servizi</small>	<small>27. Vendita di servizi</small>	<small>28. Vendita di servizi</small>	<small>29. Vendita di servizi</small>	<small>30. Vendita di servizi</small>	<small>31. Vendita di servizi</small>	<small>32. Vendita di servizi</small>	<small>33. Vendita di servizi</small>	<small>34. Vendita di servizi</small>	<small>35. Vendita di servizi</small>	<small>36. Vendita di servizi</small>	<small>37. Vendita di servizi</small>	<small>38. Vendita di servizi</small>	<small>39. Vendita di servizi</small>	<small>40. Vendita di servizi</small>	<small>41. Vendita di servizi</small>	<small>42. Vendita di servizi</small>	<small>43. Vendita di servizi</small>	<small>44. Vendita di servizi</small>	<small>45. Vendita di servizi</small>	<small>46. Vendita di servizi</small>	<small>47. Vendita di servizi</small>	<small>48. Vendita di servizi</small>	<small>49. Vendita di servizi</small>	<small>50. Vendita di servizi</small>	<small>51. Vendita di servizi</small>	<small>52. Vendita di servizi</small>	<small>53. Vendita di servizi</small>	<small>54. Vendita di servizi</small>	<small>55. Vendita di servizi</small>	<small>56. Vendita di servizi</small>	<small>57. Vendita di servizi</small>	<small>58. Vendita di servizi</small>	<small>59. Vendita di servizi</small>	<small>60. Vendita di servizi</small>	<small>61. Vendita di servizi</small>	<small>62. Vendita di servizi</small>	<small>63. Vendita di servizi</small>	<small>64. Vendita di servizi</small>	<small>65. Vendita di servizi</small>	<small>66. Vendita di servizi</small>	<small>67. Vendita di servizi</small>	<small>68. Vendita di servizi</small>	<small>69. Vendita di servizi</small>	<small>70. Vendita di servizi</small>	<small>71. Vendita di servizi</small>	<small>72. Vendita di servizi</small>	<small>73. Vendita di servizi</small>	<small>74. Vendita di servizi</small>	<small>75. Vendita di servizi</small>	<small>76. Vendita di servizi</small>	<small>77. Vendita di servizi</small>	<small>78. Vendita di servizi</small>	<small>79. Vendita di servizi</small>	<small>80. Vendita di servizi</small>	<small>81. Vendita di servizi</small>	<small>82. Vendita di servizi</small>	<small>83. Vendita di servizi</small>	<small>84. Vendita di servizi</small>	<small>85. Vendita di servizi</small>	<small>86. Vendita di servizi</small>	<small>87. Vendita di servizi</small>	<small>88. Vendita di servizi</small>	<small>89. Vendita di servizi</small>	<small>90. Vendita di servizi</small>	<small>91. Vendita di servizi</small>	<small>92. Vendita di servizi</small>	<small>93. Vendita di servizi</small>	<small>94. Vendita di servizi</small>	<small>95. Vendita di servizi</small>	<small>96. Vendita di servizi</small>	<small>97. Vendita di servizi</small>	<small>98. Vendita di servizi</small>	<small>99. Vendita di servizi</small>	<small>100. Vendita di servizi</small>
<small>1. Vendita di beni</small>	<small>2. Vendita di servizi</small>	<small>3. Vendita di servizi</small>	<small>4. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>5. Vendita di servizi</small>	<small>6. Vendita di servizi</small>	<small>7. Vendita di servizi</small>	<small>8. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>9. Vendita di servizi</small>	<small>10. Vendita di servizi</small>	<small>11. Vendita di servizi</small>	<small>12. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>13. Vendita di servizi</small>	<small>14. Vendita di servizi</small>	<small>15. Vendita di servizi</small>	<small>16. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>17. Vendita di servizi</small>	<small>18. Vendita di servizi</small>	<small>19. Vendita di servizi</small>	<small>20. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>21. Vendita di servizi</small>	<small>22. Vendita di servizi</small>	<small>23. Vendita di servizi</small>	<small>24. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>25. Vendita di servizi</small>	<small>26. Vendita di servizi</small>	<small>27. Vendita di servizi</small>	<small>28. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>29. Vendita di servizi</small>	<small>30. Vendita di servizi</small>	<small>31. Vendita di servizi</small>	<small>32. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>33. Vendita di servizi</small>	<small>34. Vendita di servizi</small>	<small>35. Vendita di servizi</small>	<small>36. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>37. Vendita di servizi</small>	<small>38. Vendita di servizi</small>	<small>39. Vendita di servizi</small>	<small>40. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>41. Vendita di servizi</small>	<small>42. Vendita di servizi</small>	<small>43. Vendita di servizi</small>	<small>44. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>45. Vendita di servizi</small>	<small>46. Vendita di servizi</small>	<small>47. Vendita di servizi</small>	<small>48. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>49. Vendita di servizi</small>	<small>50. Vendita di servizi</small>	<small>51. Vendita di servizi</small>	<small>52. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>53. Vendita di servizi</small>	<small>54. Vendita di servizi</small>	<small>55. Vendita di servizi</small>	<small>56. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>57. Vendita di servizi</small>	<small>58. Vendita di servizi</small>	<small>59. Vendita di servizi</small>	<small>60. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>61. Vendita di servizi</small>	<small>62. Vendita di servizi</small>	<small>63. Vendita di servizi</small>	<small>64. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>65. Vendita di servizi</small>	<small>66. Vendita di servizi</small>	<small>67. Vendita di servizi</small>	<small>68. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>69. Vendita di servizi</small>	<small>70. Vendita di servizi</small>	<small>71. Vendita di servizi</small>	<small>72. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>73. Vendita di servizi</small>	<small>74. Vendita di servizi</small>	<small>75. Vendita di servizi</small>	<small>76. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>77. Vendita di servizi</small>	<small>78. Vendita di servizi</small>	<small>79. Vendita di servizi</small>	<small>80. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>81. Vendita di servizi</small>	<small>82. Vendita di servizi</small>	<small>83. Vendita di servizi</small>	<small>84. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>85. Vendita di servizi</small>	<small>86. Vendita di servizi</small>	<small>87. Vendita di servizi</small>	<small>88. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>89. Vendita di servizi</small>	<small>90. Vendita di servizi</small>	<small>91. Vendita di servizi</small>	<small>92. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>93. Vendita di servizi</small>	<small>94. Vendita di servizi</small>	<small>95. Vendita di servizi</small>	<small>96. Vendita di servizi</small>																																																																																																					
<small>97. Vendita di servizi</small>	<small>98. Vendita di servizi</small>	<small>99. Vendita di servizi</small>	<small>100. Vendita di servizi</small>																																																																																																					

# Suggerimenti per creare un Business Model Canvas

1) Non scrivete direttamente sul foglio!

Usando dei post-it o altri supporti sarete in grado di aggiungere/rimuovere elementi facilmente. Ciò consente di mantenere la flessibilità.



## 2) Iniziate da qualsiasi elemento

Iniziate a delineare il vostro modello scrivendo su dei post-it per ogni singolo elemento costitutivo (i 9 elementi del BMC)

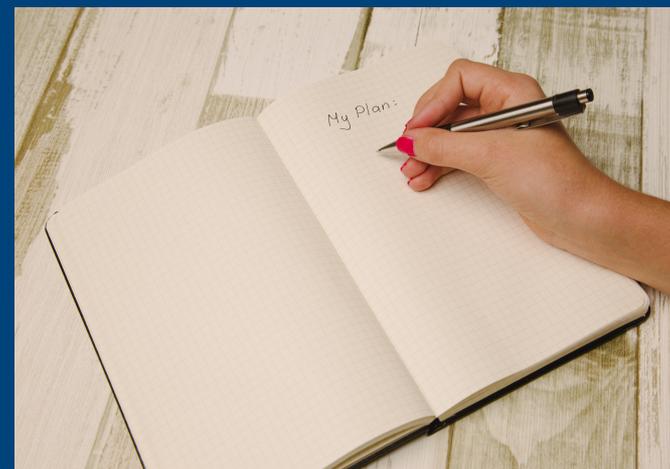
Alcuni preferiscono iniziare elencando i valori offerti, in quanto cuore dell'offerta aziendale. Altri dai segmenti di clientela, in quanto essenziali per comprendere le preferenze dei clienti e cogliere le opportunità.

Altri ancora preferiscono iniziare con le risorse o le attività chiave.

**Non ci sono regole, l'importante è iniziare!**

## 3) Utilizzo degli elenchi puntati

- Gli elenchi puntati ti aiutano a organizzare meglio le tue idee.
- Consentono di elencare le tue proposte e di visualizzarle chiaramente.



## ■ 4) Evitate troppi dettagli

Comporre i blocchi di elementi mantenendoli il più semplice possibile.



Meglio iniziare con idee semplici e dirette da sviluppare ulteriormente in seguito.

## ■ 5) Siate precisi in ogni categoria

- Distinguere chiaramente tra i diversi componenti, non mescolare 2 categorie.
- Le categorie devono avere un legame concettuale ma non esprimere lo stesso concetto.



# Qualche istruzione per l'utilizzo del ■ BMC (1/2)

**Verificate la completezza e la coerenza!**  
Assicuratevi che tutti gli elementi siano debitamente collegati tra loro.

Ad esempio, per ogni segmento di clientela e i relativi lavori da svolgere si dovrebbe avere lo stesso valore offerto.

o

Per ogni valore offerto è necessario elencare le risorse chiave e le attività necessarie alla sua creazione.



# Qualche istruzione per l'utilizzo del ■ BMC (2/2)

**Racconta una storia!**

**Una volta finito di disegnare il tuo modello di business, prova a raccontare la storia della tua azienda un post-it alla volta.**

**Togli tutti i post-it e cerca di raccontare la tua storia rimettendo un post-it dopo l'altro su un canovaccio bianco.**

# Descrizione dei 9 componenti del BMC

## 1) Segmenti di clientela

Le domande tipiche che dovrete porti sono:

- Per chi avete scelto di creare valore?
- Chi è il vostro cliente tipico?
- Cosa sta cercando?
- Che lavoro fai per il cliente?
- Cosa stai cercando di soddisfare?

Non ci sono nuovi comportamenti – assicurati di identificare un'esigenza/problema esistente e le alternative specifiche che il cliente utilizza oggi. Se non siete sicuri andate ad osservare o parlate con persone significative.

Dovrete essere in grado di collegare chiaramente il valore offerto a queste proposte nel prossimo blocco.

➤ Una buona tecnica è quella di creare un personaggio (caratterizzazione di un utente) che rappresenta un segmento del vostro target di riferimento..

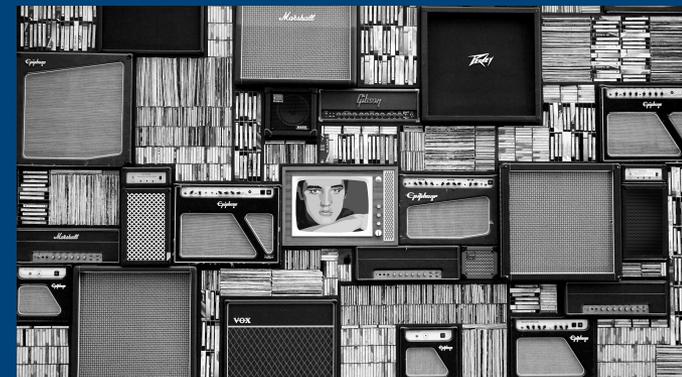
## 2) Valore offerto

- Quale gamma di valori portate al cliente che avete scelto?
- A quali esigenze/lavori/desideri dovete rispondere?

Assicuratevi di scegliere tra valore tangibile o intangibile

Abbina i personaggi che hai precedentemente creato con le proposte di valore.

Impostate una combinazione di valori per ogni segmento abbinato.



## 3) Canali

- Quali canali preferiscono i vostri clienti?
- Qual è il più efficiente?
- Come possono acquistare? Come viene consegnato il valore?

I canali includono i soggetti che utilizzate per comunicare la vostra proposta ai vostri segmenti, così come i soggetti attraverso i quali vendete i prodotti e successivamente i servizi ai clienti.

➤ Rispondendo a queste domande potrete fare una lista di canali importanti, collegati a persone o segmenti. Prendete appunti su quali passi sono rilevanti per ogni promozione vendita, servizio, ecc.

## ■ 4) Relazioni con i clienti

- Come interagisce il cliente con voi durante la vendita e il ciclo di vita del prodotto?
  - Ha un canale di contatto personale dedicato e visibile? Chiama?
  - Tutta l'interazione è sul web? Non vi incontrano mai ma preferiscono dialogare su un canale?
- Descrivi le relazioni con i clienti, con delle note se differiscono tra loro (tra segmenti o tra persone all'interno di un segmento) o attraverso i percorsi del cliente.

## 5) Flussi di ricavi

○ Per cosa pagano attualmente, che tipo di offerta e come?

➤ Sul vostro Canvas avete ora una lista di flussi di ricavi collegati (reciprocamente) a persone (o segmenti se le mappature sono le stesse all'interno di un gruppo di persone) e valori offerti.



## 6) Attività chiave

○ Quali sono le strategie uniche che l'azienda fa per realizzare la sua offerta?

Queste sono le azioni cruciali che l'azienda deve fare per realizzare le sue offerte e far funzionare il resto dell'azienda.

Ad esempio, se la vendita tramite terzi fa parte del modello, l'attività intorno alla gestione di questo canale sarà probabilmente piuttosto importante.

➤ Fate una lista di attività chiave legate al valore offerto della vostra azienda.

## 7) Risorse chiave

- Hai le risorse?
- Quali risorse sono necessarie per realizzare il valore offerto?
- Quali canali, rapporti con i clienti, flussi di ricavi?

Le risorse chiave sono le risorse strategiche di cui avete bisogno in misura maggiore e più mirata rispetto ai vostri concorrenti. Il Business Model Canvas propone tre tipi di attività chiave: prodotto, ambito e infrastruttura che tendono ad avere le stesse tipologie di risorse chiave.

- Procedete alla creazione di un elenco di risorse chiave collegate alle attività chiave della vostra azienda.

## 8) Partner chiave

- Quali attività e risorse sono importanti ma non in linea con la vostra strategia unica?
- Cosa non rientra nel vostro tipo di attività?
- I partner possono fare alcune di queste cose? Perché? Quali?

Si raccomanda di mappare i partner chiave con le attività chiave. Se un'attività è fondamentale, fa ancora parte del vostro modello di business. Questo è un modo per indicare quali specifici partner stanno gestendo per voi le varie attività chiave.

➤ Il risultato sarà una lista di partner chiave con informazioni sul loro rapporto con le attività chiave.

## ■ 9) Struttura dei costi

- Cosa fa lievitare i costi?
  - I costi sono in linea con il valore offerto?
  - I costi sono maggiormente fissi o variabili quando si testano diversi modelli di business?
  - Sono più lineari con la vostra struttura o più fissi?
- Rispondendo a queste domande otterrete un elenco di elementi della struttura dei costi con annotazioni sulla loro relazione con le attività chiave.

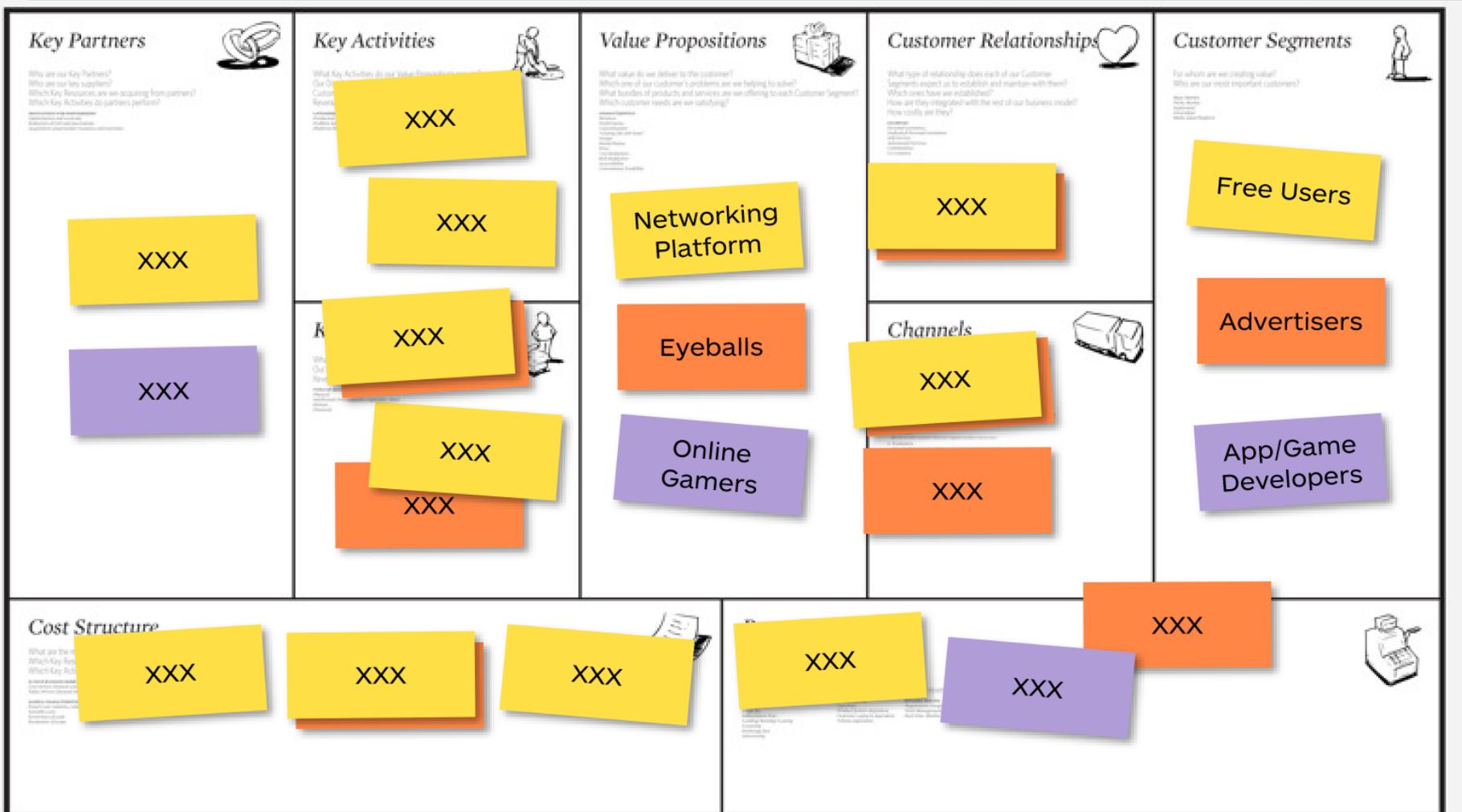


## Best practice

Utilizzate il codice colore!

- Utilizzate diversi colori per evidenziare i diversi aspetti del vostro modello.
- Ad esempio per differenziare 2 segmenti di clienti molto diversi (esempio: inserzionisti e utenti)
- Utilizzate quindi gli stessi colori per i valori offerti, canali, ecc. corrispondenti.

# Codice colore





# GRAZIE!

Domande?

---