

# Business Model Canvas

Nome

Progettato

## Partner



Chi sono i tuoi partner?  
Chi sono i tuoi fornitori?  
Quali risorse chiave stiamo acquisendo dai partner?  
Quali attività chiave svolgono i partner?

### Motivazioni per la partnership

Ottimizzazione ed economia  
Riduzione del rischio e dell'incertezza  
Acquisizione di particolari risorse e attività

## Attività



Quali attività chiave richiedono le nostre proposte di valore?  
I nostri canali di distribuzione?  
Rapporti con i clienti?  
Flussi di entrate?

### Categorie

Produzione  
Risoluzione dei problemi  
Piattaforme/Rete di lavoro

## Proposte di Valore



Che valore forniamo al cliente?  
Quale dei problemi del cliente stiamo aiutando a risolvere?  
Quali pacchetti di prodotti e servizi offriamo a ciascun segmento di clienti?  
Quali esigenze dei clienti stiamo soddisfacendo?

### Caratteristiche

Novità  
Prestazione  
Personalizzazione  
Portare a termine il lavoro  
Design  
Marchio / Stato  
Prezzo  
Riduzione dei costi  
Riduzione dei rischi  
Accessibilità  
Convenienza/Usabilità

## Relazioni con i Clienti



Che tipo di rapporto si aspetta che ciascuno dei nostri segmenti di clientela stabilisca e mantenga con loro?  
Quali abbiamo stabilito?  
Come si integrano con il resto del nostro modello di business?  
Quanto costano?

### Esempi

Assistenza personale  
Assistenza personale dedicata  
Self service  
Servizi automatici  
Creazione condivisa

## Segmenti di Clientela



Per chi creiamo valore?  
Chi sono i nostri clienti più importanti?

### Esempi

Mercato di massa  
Mercato di nicchia  
Segmenti di mercato  
Diversificazione del mercato  
Piattaforme multi spazio

## Risorse Chiave



Quali risorse chiave richiedono le nostre proposte di valore?  
I nostri canali di distribuzione?  
Rapporti con i clienti?  
Flussi di entrate?

### Tipi di risorse

Fisico  
Intellettuale  
- brand patents  
- diritto d'autore  
- dati  
Umano  
Finanziario

## Canali



Attraverso quali canali vogliono essere raggiunti i nostri segmenti di clientela?  
Come li stiamo raggiungendo adesso?  
Come sono integrati i nostri canali?  
Quali funzionano meglio?  
Quali sono i più e i meno costosi?  
Come li stiamo integrando con le routine dei clienti?

### Fasi del canale

1. **Consapevolezza:** come aumentiamo la consapevolezza sui prodotti e servizi della nostra azienda?  
2. **Valutazione:** come aiutano i clienti a valutare la proposta di valore della nostra organizzazione?  
3. **Acquisto:** come permettiamo ai clienti di acquistare prodotti e servizi specifici?  
4. **Consegna:** come forniamo una proposta di valore ai clienti?  
5. **Post vendita:** come forniamo assistenza post-acquisto al cliente?

## Struttura dei Costi



Quali sono i costi più importanti inerenti al nostro modello di business?  
Quali risorse chiave sono più costose?  
Quali attività chiave sono più costose?

### Il tuo business è...

1. **Guidato dai costi**  
- struttura dei costi più snella  
- proposta di prezzo basso  
- massima automazione  
- estensiva esternalizzazione  
2. **Guidato dal valore**  
- focalizzata sulla creazione di valore  
- proposta di valore premium

### Caratteristiche del campione

Costi fissi  
- stipendi  
- affitti  
- utenze  
Costi variabili  
Economie di scala  
Economie di scopo

## Flussi di Ricavi



Per quale valore i nostri clienti sono veramente disposti a pagare?  
Per cosa pagano attualmente?  
Come stanno attualmente pagando?  
Come preferirebbero pagare?  
Quanto contribuisce ogni flusso di entrate ai ricavi complessivi?

### Tipi

Vendita di beni  
Tassa di utilizzo  
Commissioni di abbonamento  
Prestito / locazione / Leasing  
Licenze  
Commissioni di intermediazione  
Pubblicità

### Prezzo fisso

Prezzo di listino  
Caratteristica del prodotto dipendente  
Dipendente dal segmento di clientela  
Dipende dal volume

Prezzi dinamici  
Negoziazione (contrattazione)  
Gestione del rendimento  
Mercato in tempo reale