

# Il Business Model Canvas

Progettato per:

Progettato da:

Data:

Versione:

## Partner chiave



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

**MOTIVAZIONI PER UNA PARTNERSHIP**  
Ottimizzazione ed economia  
Riduzione del rischio e dell'incertezza  
Acquisizione di risorse e di attività particolari

## Attività chiave



Quali attività chiave richiedono le nostre proposte di valore?  
E i canali di distribuzione?  
Le relazioni con i clienti?  
I flussi di ricavi?

**CATEGORIE**  
Produzione  
Problem solving  
Piattaforma/Reti

## Proposta di valore



Che valore viene fornito al cliente?  
Quale dei problemi dei nostri clienti stiamo cercando di risolvere?  
Quali pacchetti di prodotti e servizi offriamo a ciascun segmento di clientela?  
A quali esigenze dei clienti stiamo rispondendo?

**CARATTERISTICHE**  
Novità  
Prestazione  
Personalizzazione  
"Potere a termine il lavoro"  
Design  
Brand/Status  
Prezzo  
Riduzione dei costi  
Riduzione dei rischi  
Accessibilità  
Convenienza/Fruibilità

## Relazioni con i clienti



Che tipo di relazione ognuno dei nostri segmenti di clientela si aspetta che stabiliamo e che manterremo con loro?  
Quali abbiamo stabilito?  
Come si integrano con il resto del nostro business model?  
Quanto costano?

**ESEMPI**  
Assistenza personale  
Assistenza personale dedicata  
Self-service  
Servizi automatizzati  
Community  
Co-creazione

## Segmenti di clientela



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

Mercato di massa  
Mercato di nicchia  
Segmentazione  
Diversificazione  
Piattaforme a più parti (multi-sided platform)

## Risorse chiave



Quali risorse chiave richiedono le nostre proposte di valore?  
E i canali di distribuzione? Le relazioni con i clienti? I flussi di ricavi?

**TIPI DI RISORSE**  
Fisiche  
Intelletuali (brevetti di marca, copyright, dati)  
Umane  
Finanziarie

## Canali



Attraverso quali canali i segmenti di clientela vogliono essere raggiunti?  
Al momento come li stai raggiungendo?  
In che modo sono integrati i canali?  
Quali funzionano meglio?  
Quali sono i più vantaggiosi?  
Come li stiamo integrando con i clienti nelle operazioni di tutti i giorni?

### FASI DEL CANALE

- 1. Consapevolezza:** Come possiamo aumentare la sensibilizzazione sui prodotti e sui servizi della nostra azienda?
- 2. Valutazione:** Come aiutiamo i clienti a valutare la proposta di valore della nostra organizzazione?
- 3. Acquisto:** Come permettiamo ai clienti di acquistare dei prodotti e dei servizi specifici?
- 4. Consegna:** Come forniamo la proposta di valore ai clienti?
- 5. Post vendita:** Come forniamo l'assistenza ai clienti dopo l'acquisto?

## Struttura dei costi



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

**LA TUA ATTIVITÀ È PIÙ**  
Basata sui costi (struttura dei costi più snella, proposta di prezzo basso, massima automazione, ampia esternalizzazione)  
Basata sul valore (incentrato sulla creazione di valore, proposta di valore premium)

**CAMPIONE DI CARATTERISTICHE**  
Costi fissi (stipendi, affitti, utenze)  
Costi variabili  
Economie di scala  
Economie di scopo

## Flussi di ricavi



Per quale valore i clienti sono disposti a pagare?  
Al momento per cosa pagano?  
Come pagano al momento?  
Come preferirebbero pagare?  
Quanto contribuisce ogni flusso di ricavi alle entrate complessive?

**TIPI**  
Vendita di attività  
Tariffa per l'utilizzo  
Canone di abbonamento  
Concessione di licenza  
Commissioni di intermediazione  
Pubblicità  
Prestito/affitto/leasing

**PREZZI FISSI**  
Prezzo di listino  
In base alle caratteristiche del prodotto  
In base al segmento di clientela  
In base al volume

**PREZZI DINAMICI**  
Negoziazione (contrattazione)  
Gestione del rendimento  
Real-time market