IL BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

Il Business Model Canvas

Partner chiave

Chi sono i nostri Partner chiave?
Chi sono i nostri fornitori chiave?

Attività chiave

Quali sono le attività chiave richieste dalle nostre Proposte di Valore?

Risorse chiave

Quali sono le risorse chiave richieste dalle nostre Proposte di Valore?

Proposte di Valore

Che tipo di valore portiamo al cliente?
Quale problema del nostro cliente stiamo aiutando a risolvere?
Quali pacchetti di prodotti e servizi offriamo al singolo Segmento di Clientela?
Quali bisogni del cliente stiamo soddisfacendo?

Relazioni con i clienti

Che tipo di relazione ogni singolo Segmento di Clientela si aspetta che stabiliamo e manteniamo?
Quali relazioni abbiamo stabilito?
Come sono integrate con il resto del nostro Business Model?
Quanto costano?

Canali

Attraverso quali canali vogliamo essere raggiunti i nostri Segmenti di Clientela?
In che modo li stiamo raggiungendo ora?

Segmenti di clientela

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

Struttura dei costi

Quali sono i costi più importanti e intrinseci al nostro modello di business?
Quali delle Risorse chiave sono le più costose?
Quali delle Attività chiave sono le più costose?

Flussi di ricavi

Per quale valore i nostri clienti vogliono veramente pagare?
Per cosa pagano al momento?
In che modo pagano al momento?
Come preferirebbero pagare?
Quanto contribuisce ogni singolo flusso di ricavi ai ricavi totali?

Il Business Model Canvas

Progettato per:

Progettato da:

Il

Revisione:

Partner Chiave

8 CHI TI AIUTA

Attività Chiave

6 COSA FAI

Risorse Chiave

7 CHI SEI E COSA HAI

Risorse Umane (=persone)
Risorse Fisiche (= beni fisici: attrezzature, locali,...)

Valore Offerto

2 COME TI RENDI UTILE

Relazioni con i Clienti

4 COME INTERAGISCI

Canali

- Comunicativi
- Distributivi

3 COME TI FAI CONOSCERE E PORTI VALORE

Clienti

Segmenti di Clientela

1 A CHI SEI UTILE

Struttura dei Costi

9 COSA DAI

Flussi di Ricavi

5 COSA OTTIENI

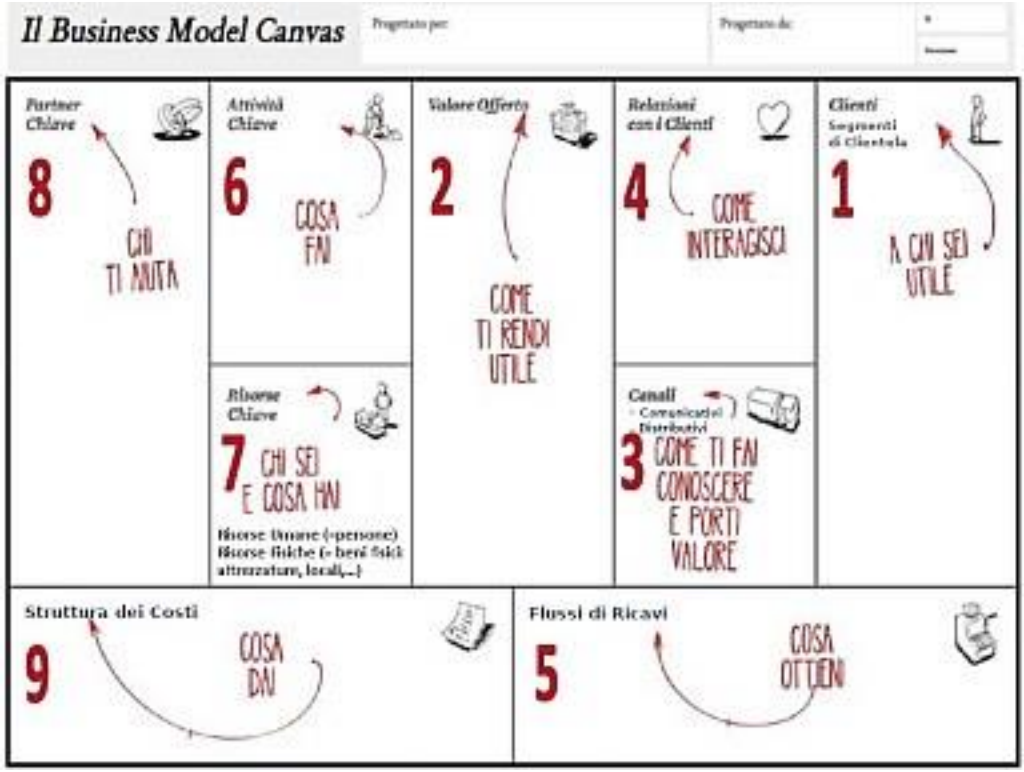
1. SEGMENTI DI CLIENTELA

Clienti (e utenti)

- **A chi** volete offrire i vostri prodotti e/o servizi nello specifico?

  (es. adulti, bambini, neo-mamme, atleti, amanti dei viaggi, della natura, degli animali, della moda, del vintage, turisti, ecc.)

- Ossia, quali saranno i **“segmenti” di clientela** della vostra impresa?



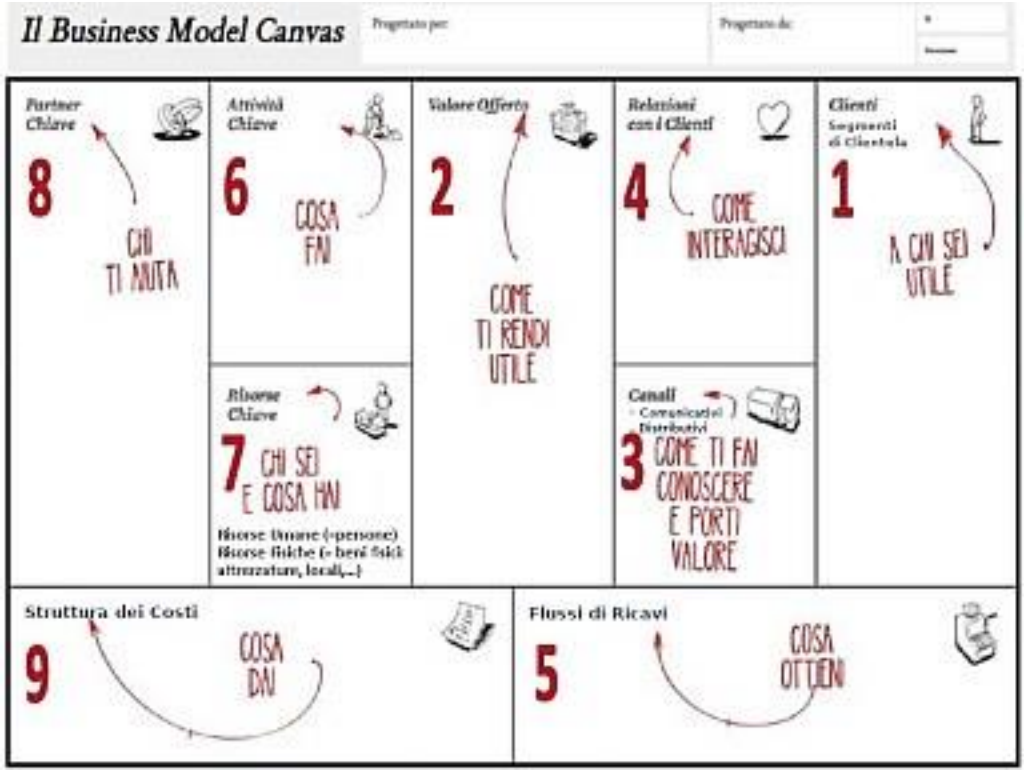
2. VALORE OFFERTO

Proposte di valore

Il Valore offerto si ricava dalla risposta a domande di questo tipo:

- Come **aiutate** i vostri clienti? (la risposta può avere la forma «aiutiamo i [segmento di clientela/utenti] a _____)»
  Es. aiutiamo i bambini a socializzare
- Quali **bisogni** dei vostri clienti volete soddisfare?
- Quali **benefici** volete portare ai vostri clienti?
- Quali **impatti positivi** volete portare con i vostri prodotti o servizi per quei clienti?
- Qual è la **soluzione** ad un problema dei vostri clienti o utenti?

Suggerimento: esprimere il valore in termini positivi



3. CANALI

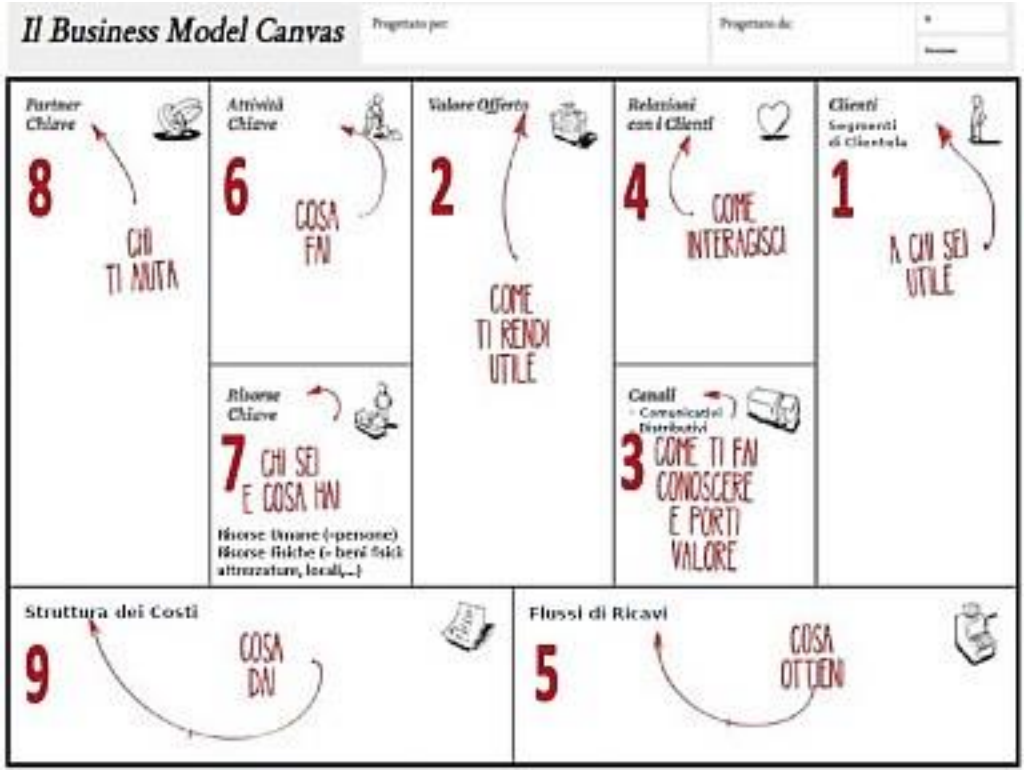
Canali comunicativi e distributivi

a. Come vi farete conoscere?

- **Canali comunicativi**. Es. sito web, instagram, pubblicità in televisione, ecc.

b. Come porterete valore?

- **Canali distributivi**. Es. negozio fisico, sito di e-commerce, ecc.



4. RELAZIONI CON I CLIENTI

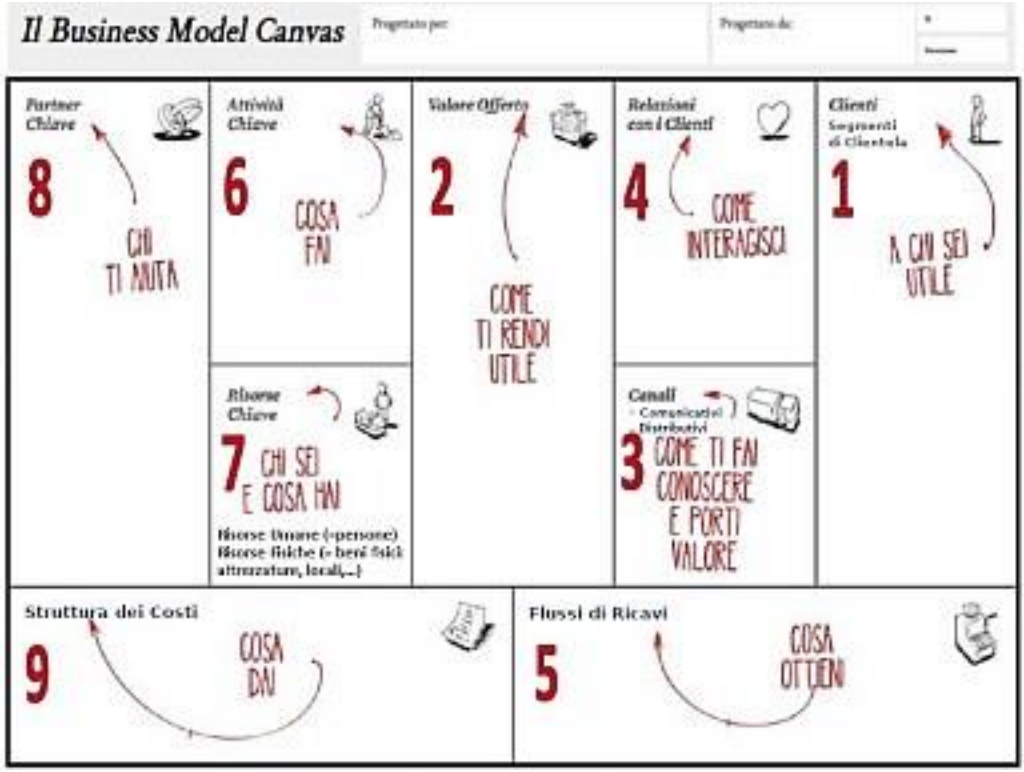
Relazioni con i clienti

- Quali relazioni teniamo con i clienti (con quali mezzi)?

  es. teniamo i contatti con assistenza telefonica, con la newsletter *(quali informazioni nella newsletter? Vendita? → attenzione!)*, ecc.

- E soprattutto che tipo di relazione intendiamo instaurare con loro?

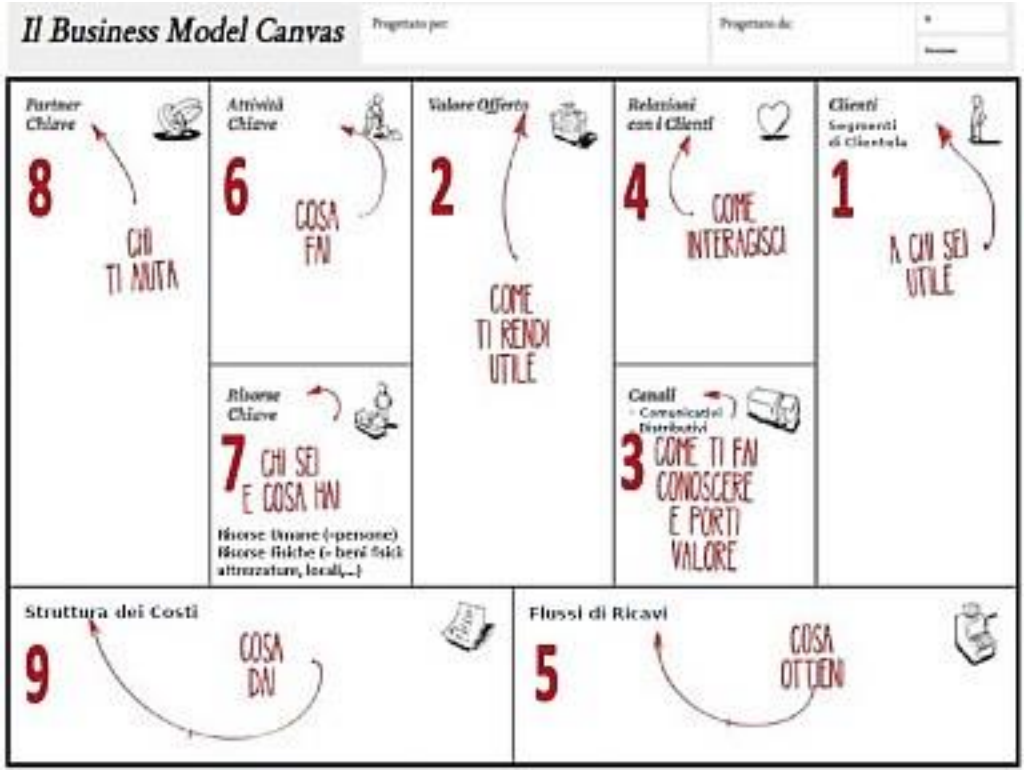
  Li informiamo? Ci prendiamo cura di loro? Come?
  Oppure gli facciamo proposte commerciali continue? (→ attenzione!)



5. FLUSSI DI RICAVI

Flussi di ricavi

- Per cosa vi pagheranno i clienti? Quali saranno le principali fonti di ricavo?
  (= quali saranno i prodotti/servizi principali per cui vi pagheranno?)
- In che modo vi pagheranno?
  Es. abbonamento mensile, ecc.

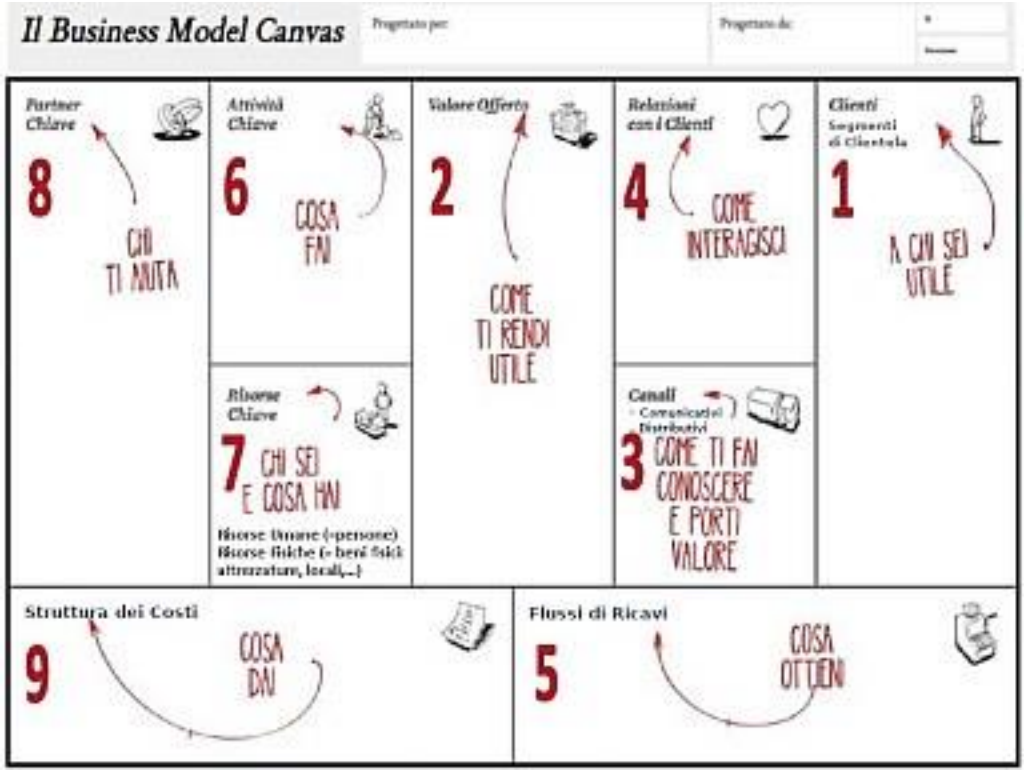


6. ATTIVITÀ CHIAVE

Attività chiave

Quali saranno le attività principali (chiave) svolte nella vostra impresa? … Cosa verrà fatto da mattina a sera? Quali attività?

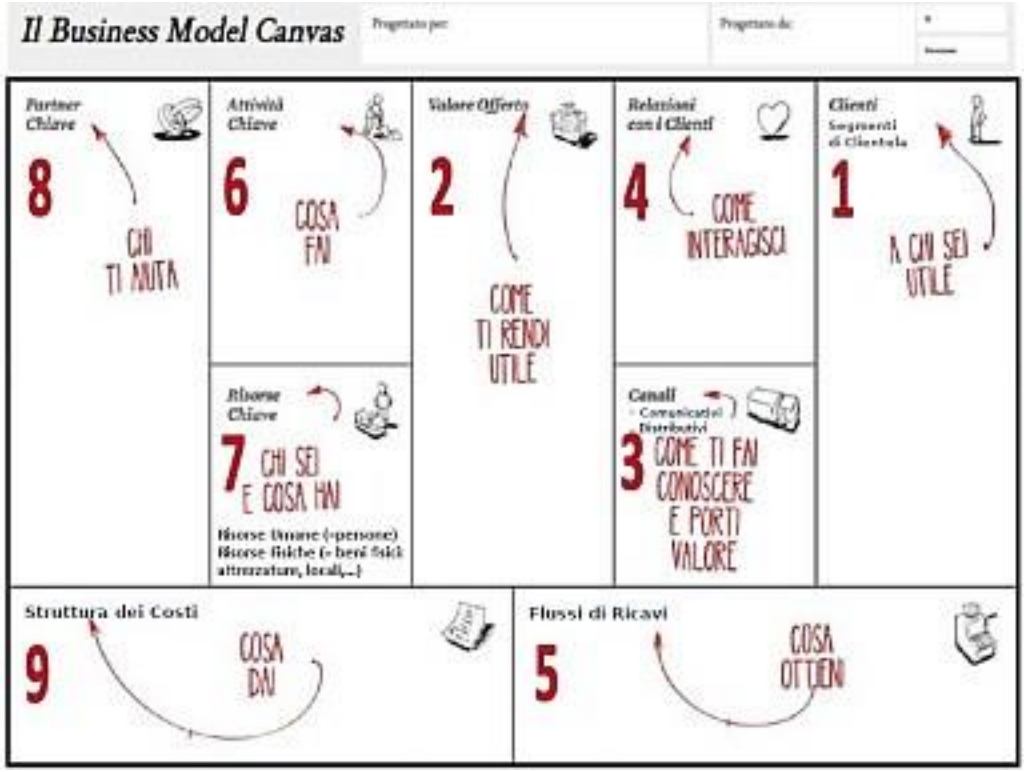
- Per es. in una pizzeria con servizio al tavolo è preparare le pizze e portare le pizze al tavolo
- Altre attività: per es. comunicazione instagram, fb, volantinaggio, ecc.



7. RISORSE CHIAVE

Risorse chiave

- Risorse umane (le persone che svolgono le attività chiave)
  Nell'es. della pizzeria: pizzaiolo, camerieri, ecc.
- Risorse fisiche (attrezzature, beni materiali, capannoni)
  Es. forno, frigoriferi, registratore di cassa, banco, tavoli, posate, bicchieri, ecc. (vanno comprati!), locale
- Risorse intellettuali (marchi, brevetti, diritti d'autore, ...)
- Risorse finanziarie (es. linee di credito)

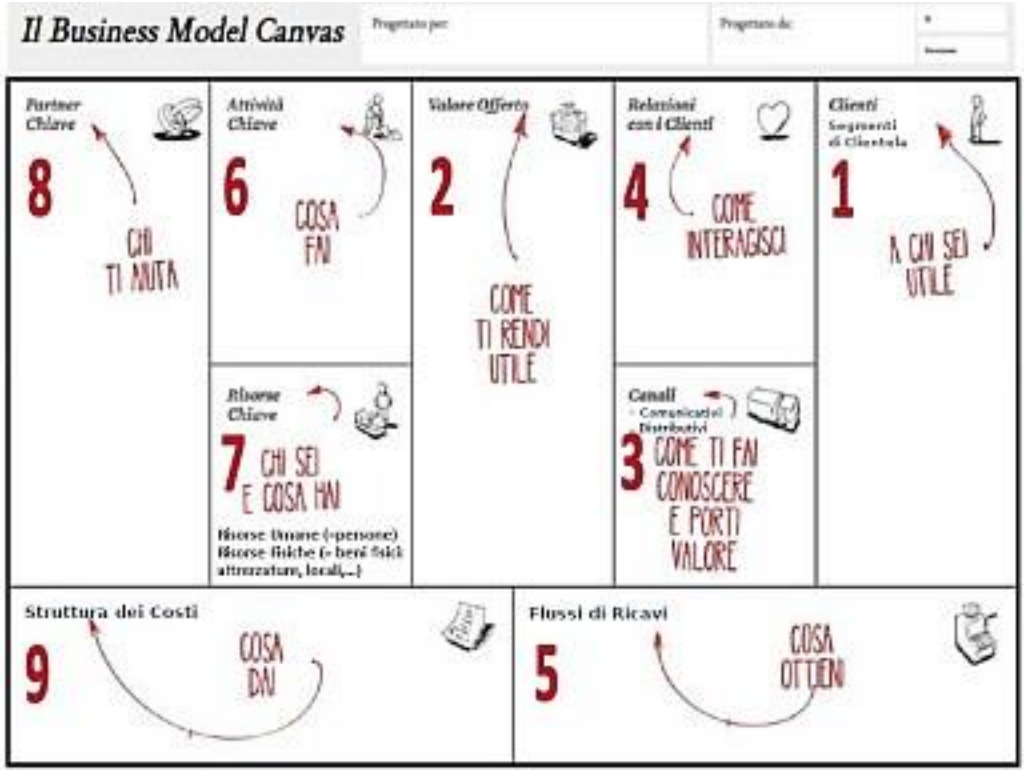


8. PARTNER CHIAVE

Partner chiave

- Fornitori (quali saranno? Fornitori di cosa?)
- Chi vi aiuterà nella vostra attività (esterni)?

  Es. studio commercialisti, consulenti comunicazione, associazioni, ...



9. STRUTTURA DEI COSTI

Struttura dei costi

- Quali saranno i costi principali? Indicare i costi relativi alle risorse chiave:

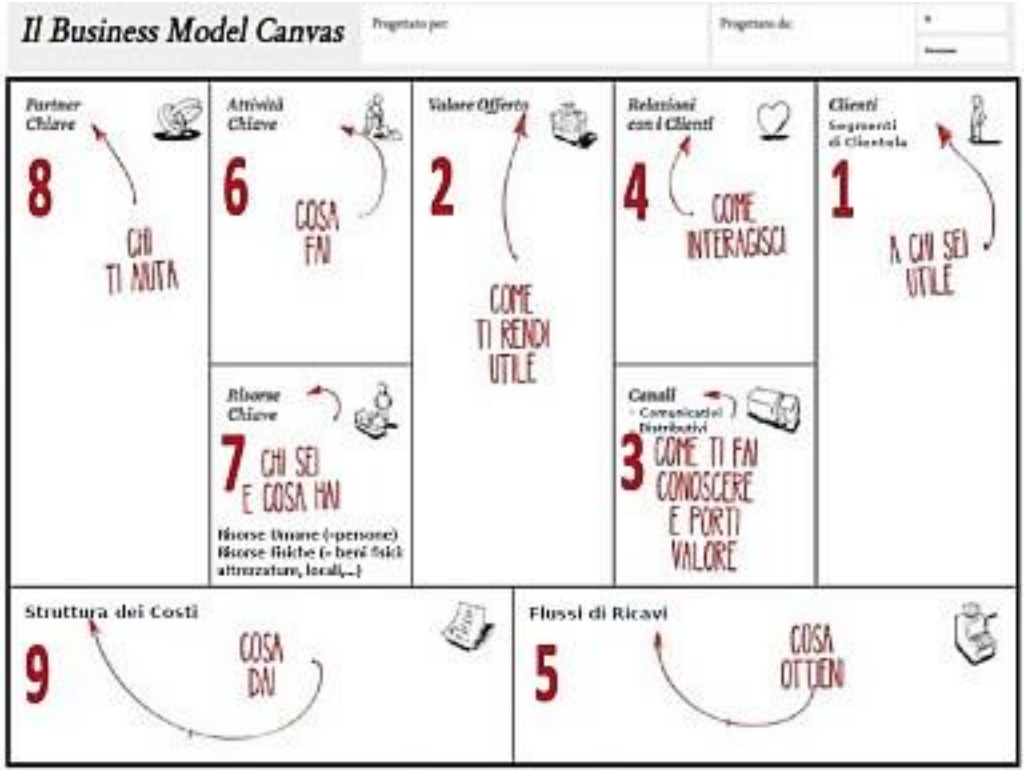
Umane: stipendio del pizzaiolo, dei camerieri, ecc.

Fisiche: costo del forno, dei frigoriferi, del registratore di cassa, costo del banco, dei tavoli, delle posate, dei bicchieri, materie prime (quali?), affitto del locale o di proprietà, ecc.

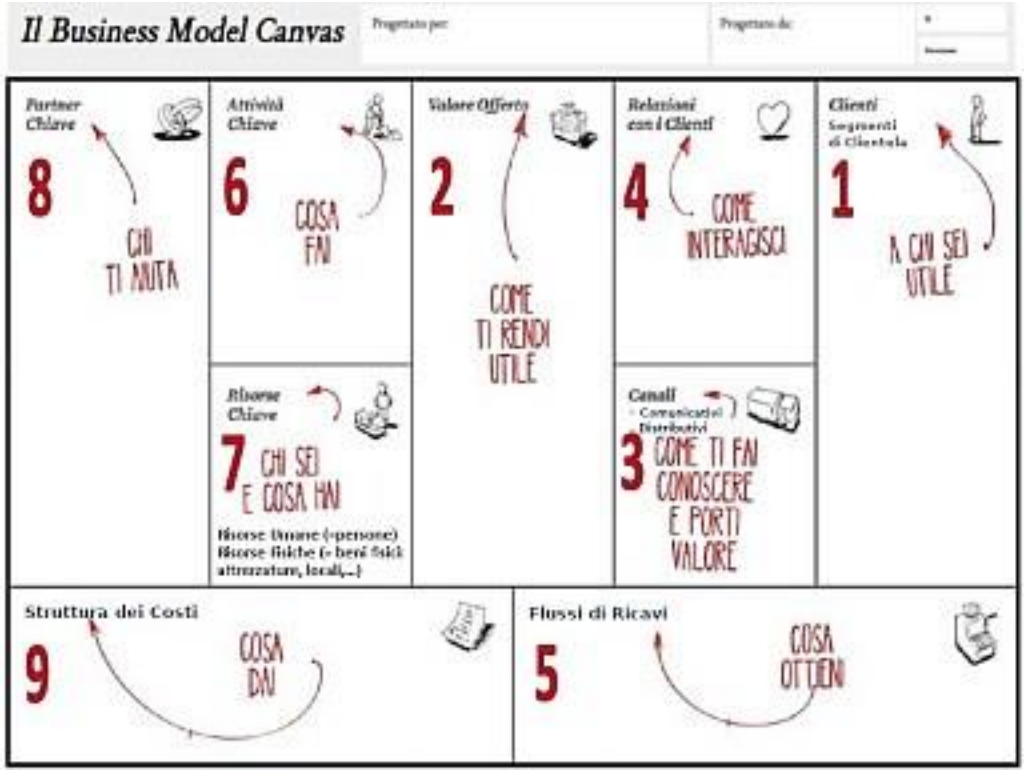
Intellettuali: costo per marchi, brevetti, diritti d'autore, ...

Finanziarie (es. linee di credito)

Inoltre: costi relativi ai partner (es. studio commercialisti, consulenti mktg, …)



ESEMPIO: ASILO NEL BOSCO



Canvanizer “Asilo nel bosco” link alla demo

https://canvanizer.com/canvas/r1YHGwV0qjxK5

(Consiglio: prendetelo come esempio e schema per analizzare il vostro progetto di impresa)