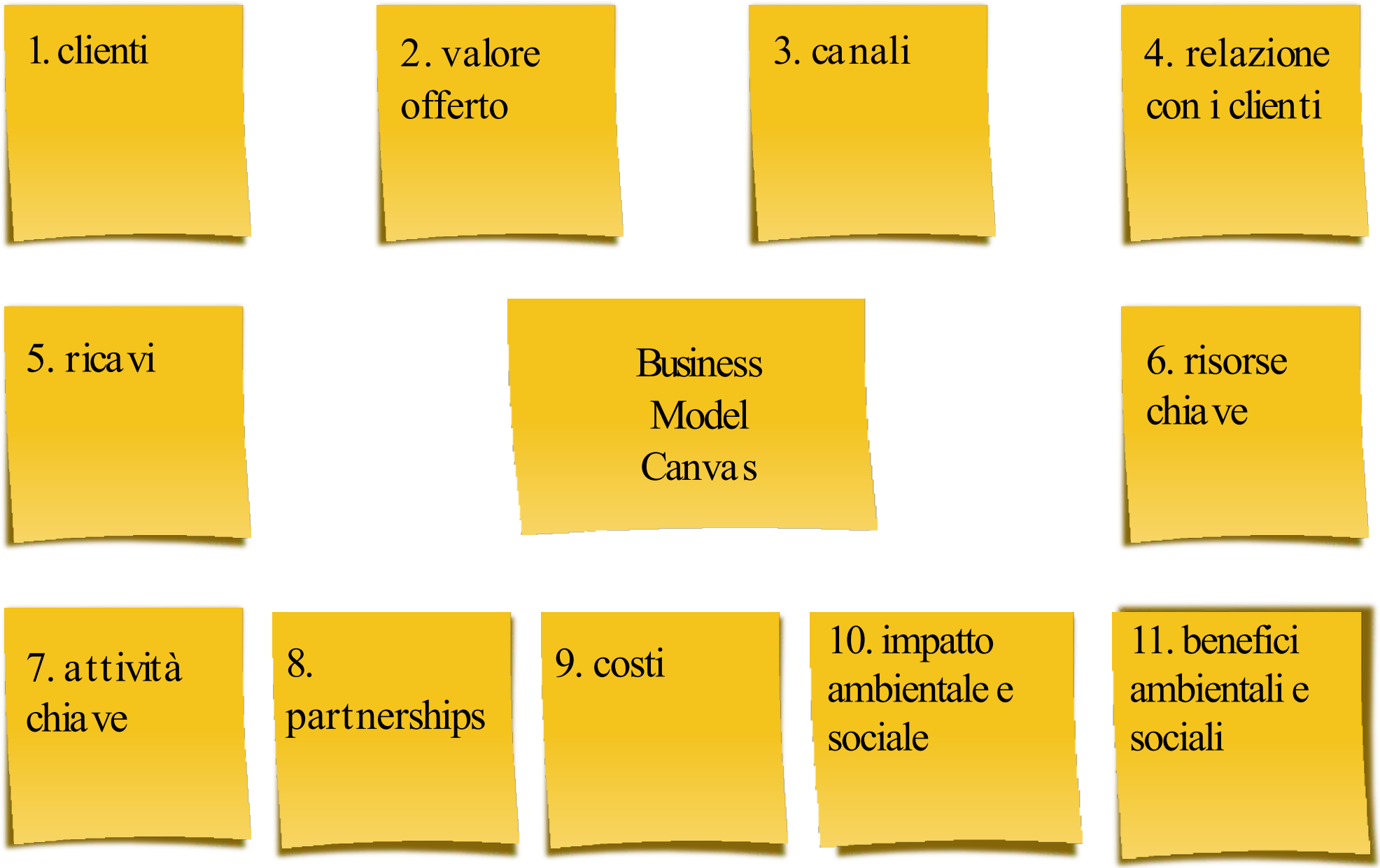
Verificare il business model

questa verifica vi aiuterà a identificare gli elementi chiave da comunicare


1. clienti
2. valore offerto
3. canali
4. relazione con i clienti
5. ricavi
Business Model Canvas
6. risorse chiave
7. attività chiave
8. partnerships
9. costi
10. impatto ambientale e sociale
11. benefici ambientali e sociali

Definizione di Business Model

Il Business Model spiega come un'impresa crea, fornisce e acquista valore

9 + 2 elementi del Business Model

1. clienti

2. valore

3. canali

4. relazione

5. ricavi

6. risorse

7. attività

8. partner

9. costi

10. impatto ambientale e sociale

11. benefici ambientali e sociali

1. clienti

Cosa:

clienti divisi in gruppi per bisogni, interessi, tipo di relazione, profitto e canali di distribuzione

Fare:

- descrivere i clienti
- dividerli in classi
- capire i bisogni
- per cosa pagano
- quanto rendono

2. valore offerto

Cosa:

qualcosa di utile per i clienti che l'impresa è in grado di dare

Fare:

- descrivere valore/i
- dividerli in classi
- collegarli con i clienti

3. canali

Cosa:

il mezzo con cui il valore offerto raggiunge il cliente nelle fasi di comunicazione, distribuzione, vendita

Fare:

- classificare i canali
- ciclo di vita dell'acquisto
- esperienza di acquisto

4. relazione con i clienti

Cosa:

il modo in cui l'impresa acquisisce e conserva i clienti

Fare:

- esperienza cliente
- immagine impresa
- efficacia

5. ricavi

Cosa:

incassi generati dai diversi tipi di clienti; divisi anche per categoria di valore offerto

Fare:

- come pagano i clienti
- per cosa pagano
- definizione dei prezzi

6. risorse chiave

Cosa:

ciò che serve all'impresa
per produrre il valore da
offrire al cliente:
risorse fisiche,
intellettuali,
umane, finanziarie

Fare:

- elenco risorse
- relazione con
  il valore offerto

6. risorse chiave

Cosa:

ciò che serve all'impresa per produrre il valore da offrire al cliente:
risorse fisiche,
intellettuali,
umane, finanziarie

Fare:

- elenco risorse
- descrizione della vostra squadra (avete le competenze per realizzare il prodotto/servizio?)
- relazione con il valore offerto

7. attività chiave

Cosa:

cosa bisogna fare per creare il valore offerto ai clienti:
produrre/fornire servizio, inventare, pubblicizzare

Fare:

- elenco attività
- relazione con il valore offerto

8. partnerships

Cosa:

con chi vuole lavorare l'impresa, per creare il valore da offrire al cliente: alleanze strategiche, fornitori, cooperazioni

Fare:

- riduzione dei costi
- riduzione dei rischi
- fornitori speciali
- alleanze

9. costi

Cosa:

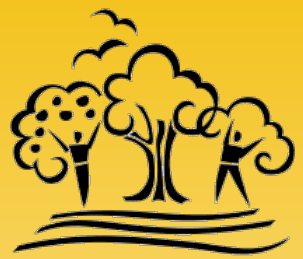
il denaro speso dall'impresa per le risorse chiave, le attività chiave e per i partner

Fare:

- elenco dei costi
- costi fissi
- costi variabili

10. Impatto ambientale e sociale

11. Benefici ambientali e sociali



Cosa:

Per impatto sociale si intende il contributo dell'impresa alla soluzione o al miglioramento di un problema sociale o ambientale

Fare:

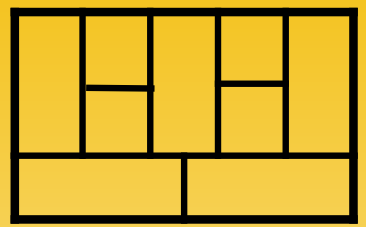
il prodotto/ servizio risponde a un nuovo bisogno sociale?
Lo fa in modo innovativo?
il prodotto/servizio riduce la produzione di emissioni?
E le risorse usate?
I canali di distribuzioni?
I partenariati?
Ecc.

Perché l'impatto ambientale e sociale è importante

- si riduce il rischio di impresa
- si tutela la propria immagine e facilita lo sviluppo di una clientela fedele e motivata
- aumenta la competitività sul mercato

- produce un impatto positivo e innovazione nel territorio poiché l'impresa eroga prodotti e/o servizi di servizi ad alto contenuto di rispetto della persona e dell'ambiente

Organizzare
gli elementi usando il:
Business Model Canvas



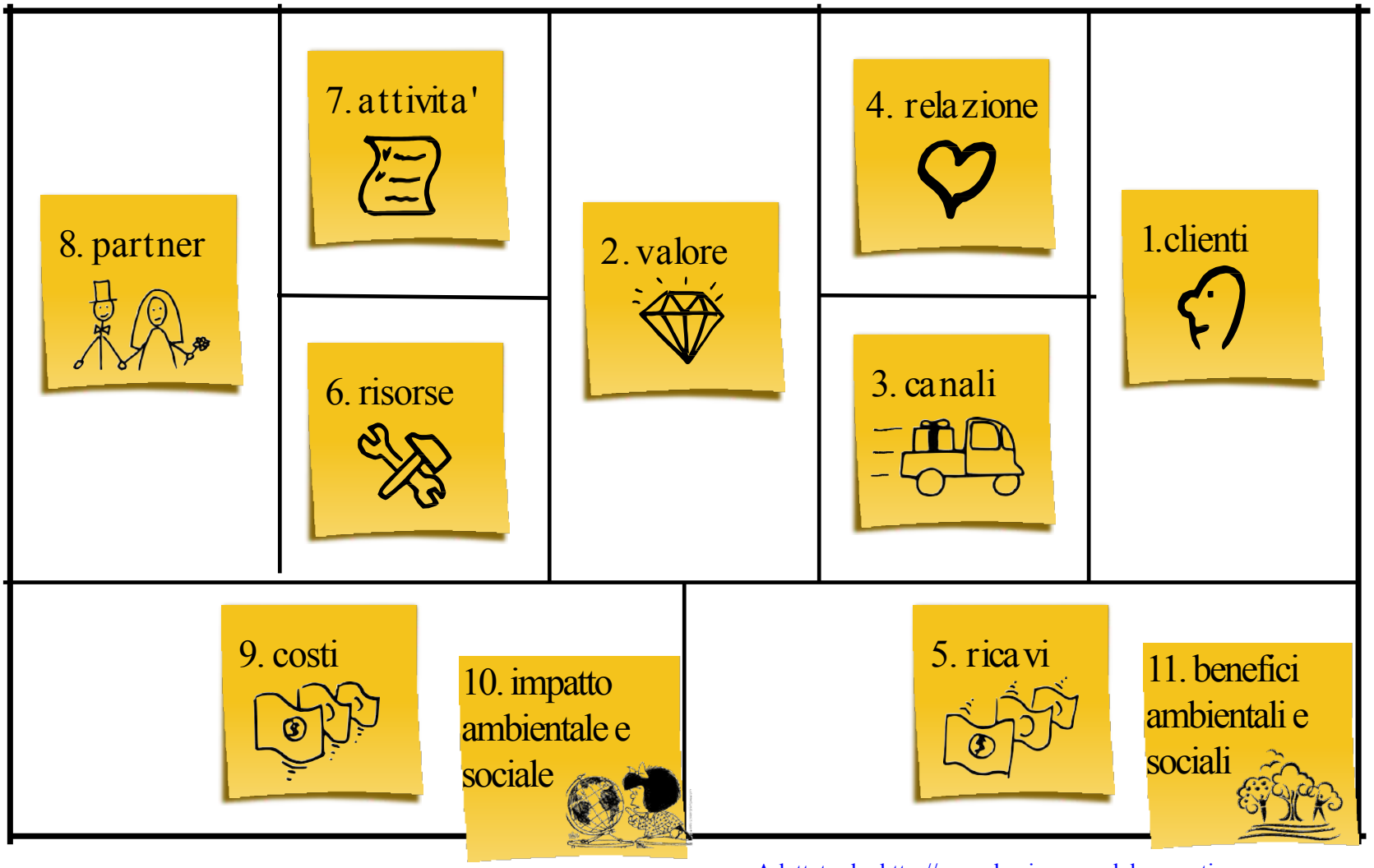
Cosa:

un quadro che mostra le relazioni tra gli elementi del Business Model

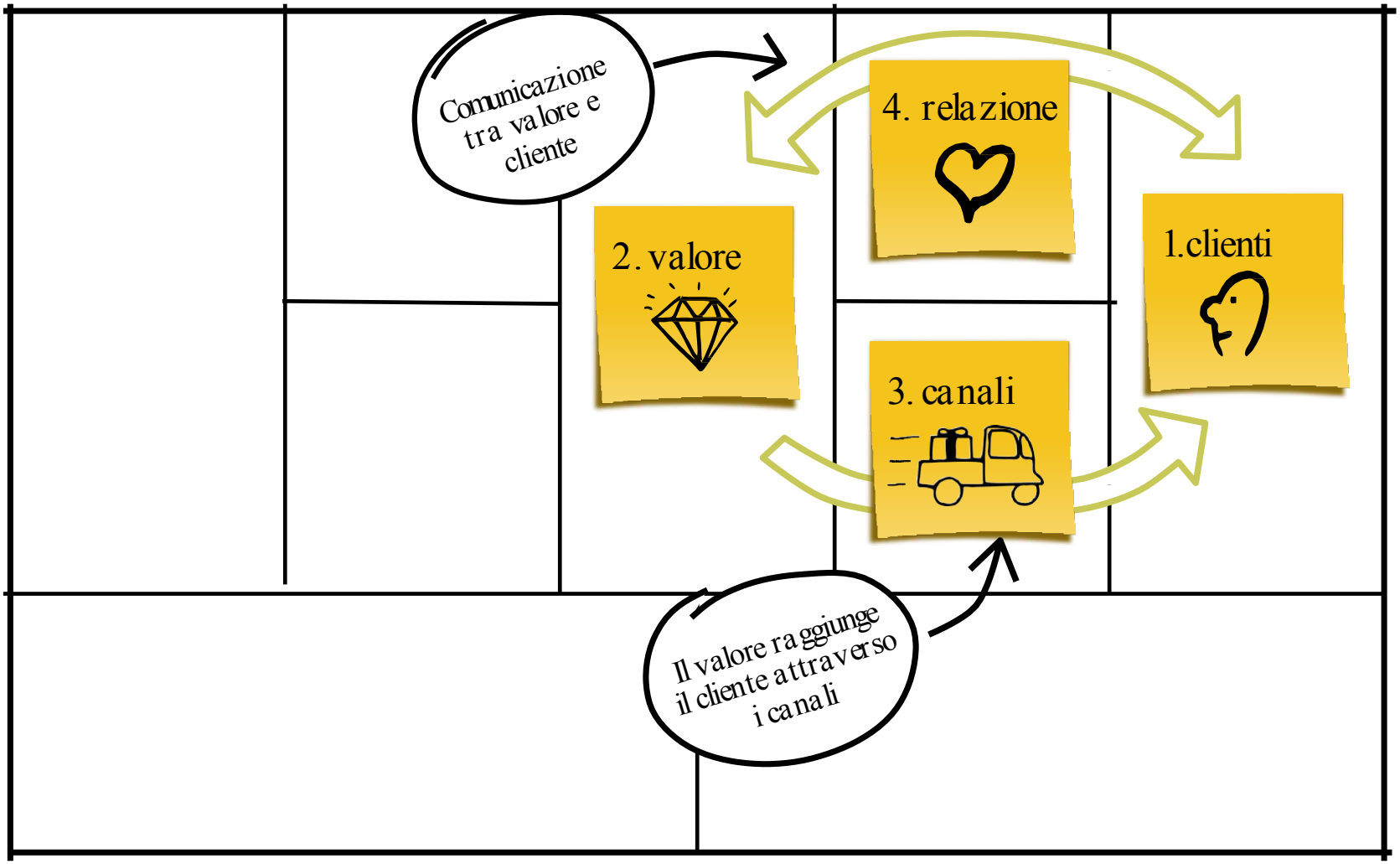
Chi:

è stato inventato da Alexander Osterwalder, pubblicato nel suo libro Business Model Generation

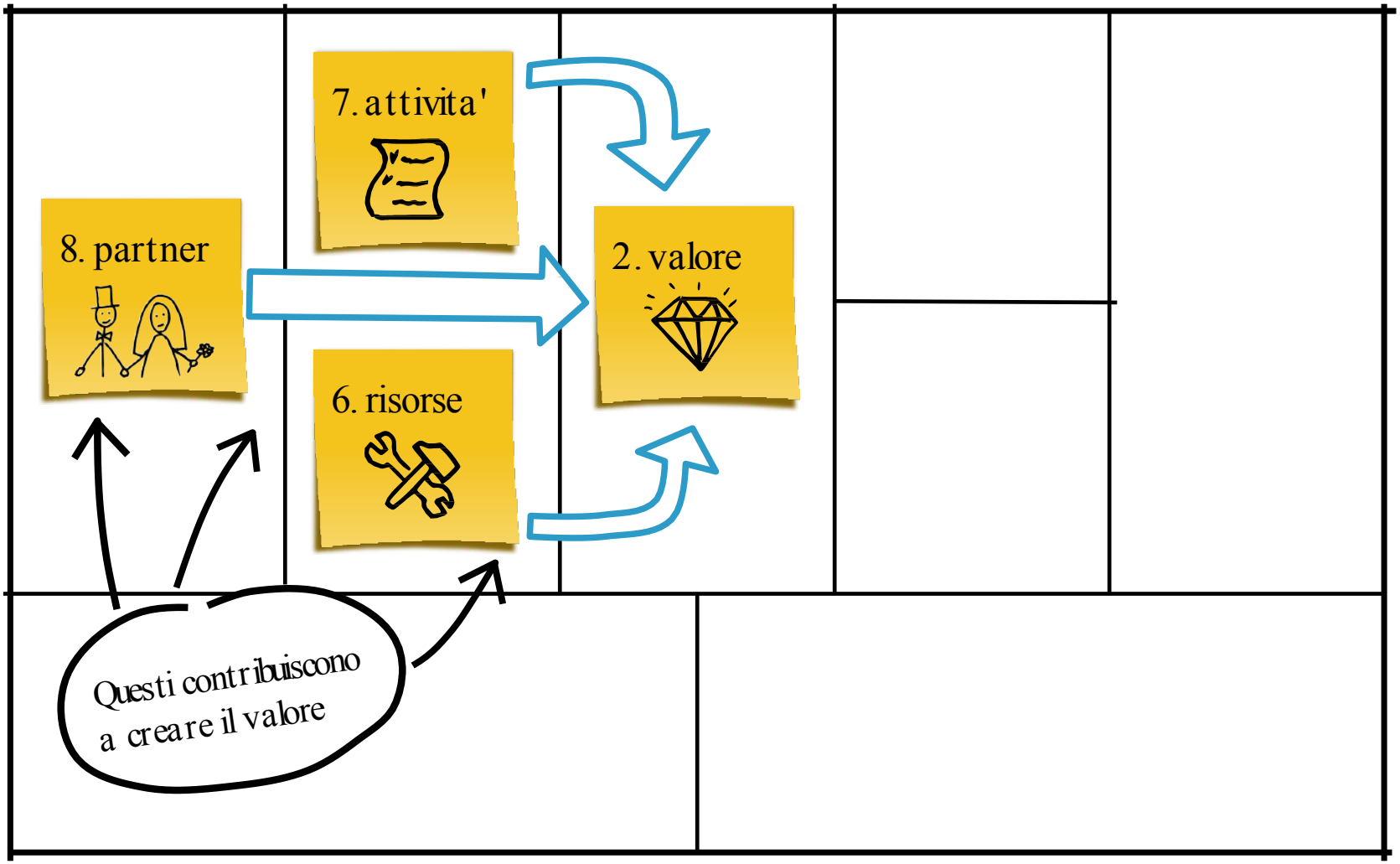
Business Model Canvas



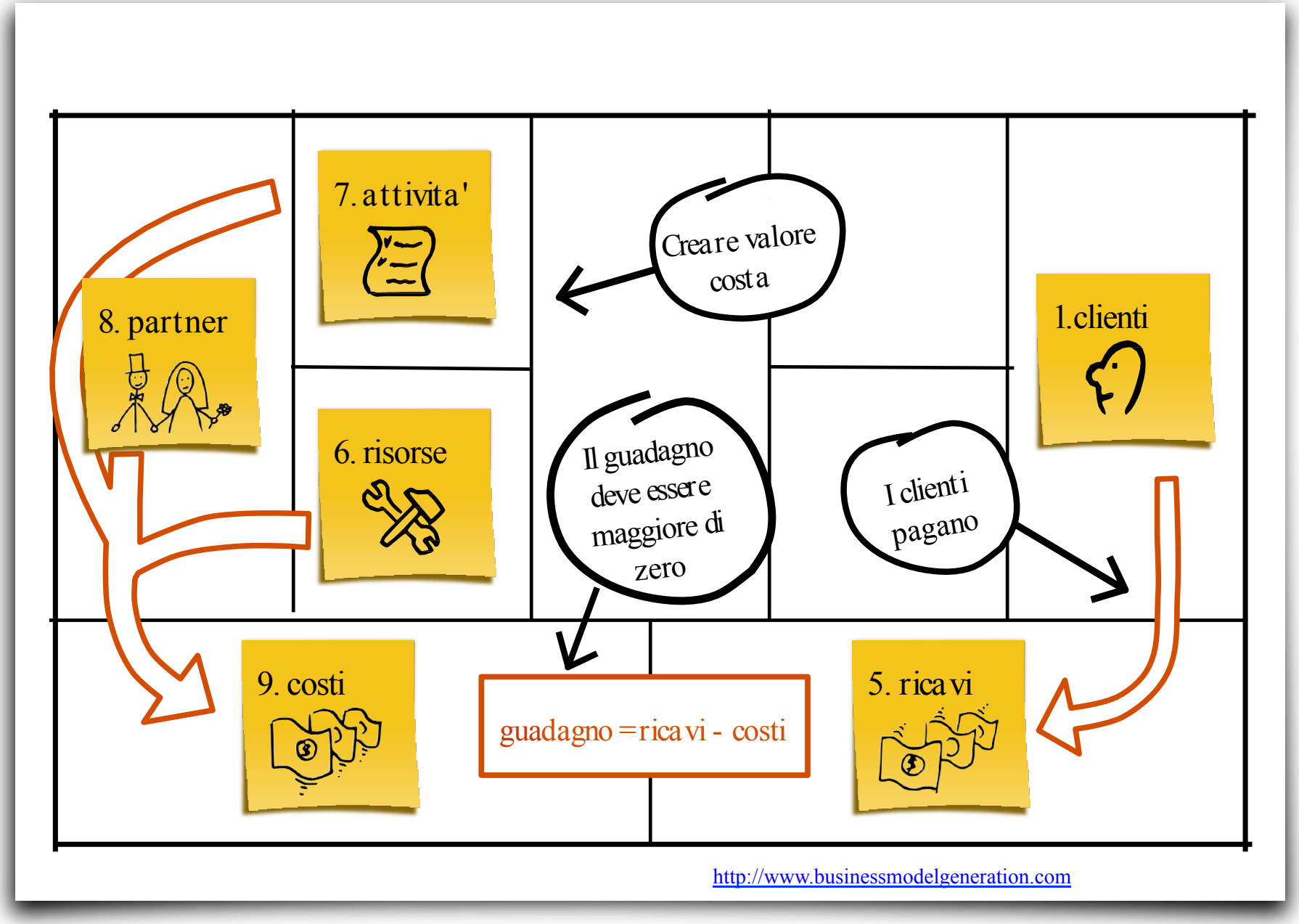
Adattato da: http://www.businessmodelgeneration.com

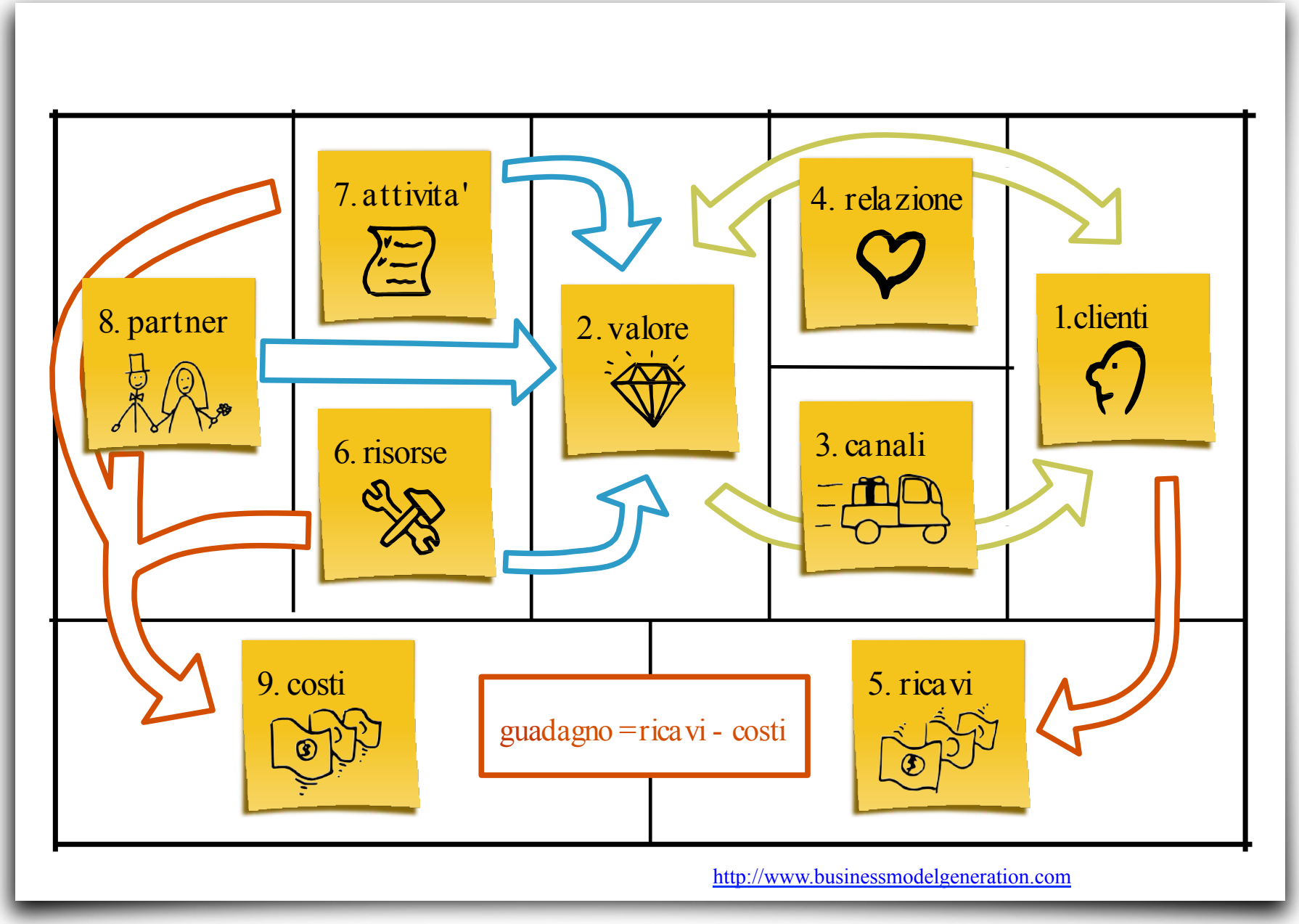


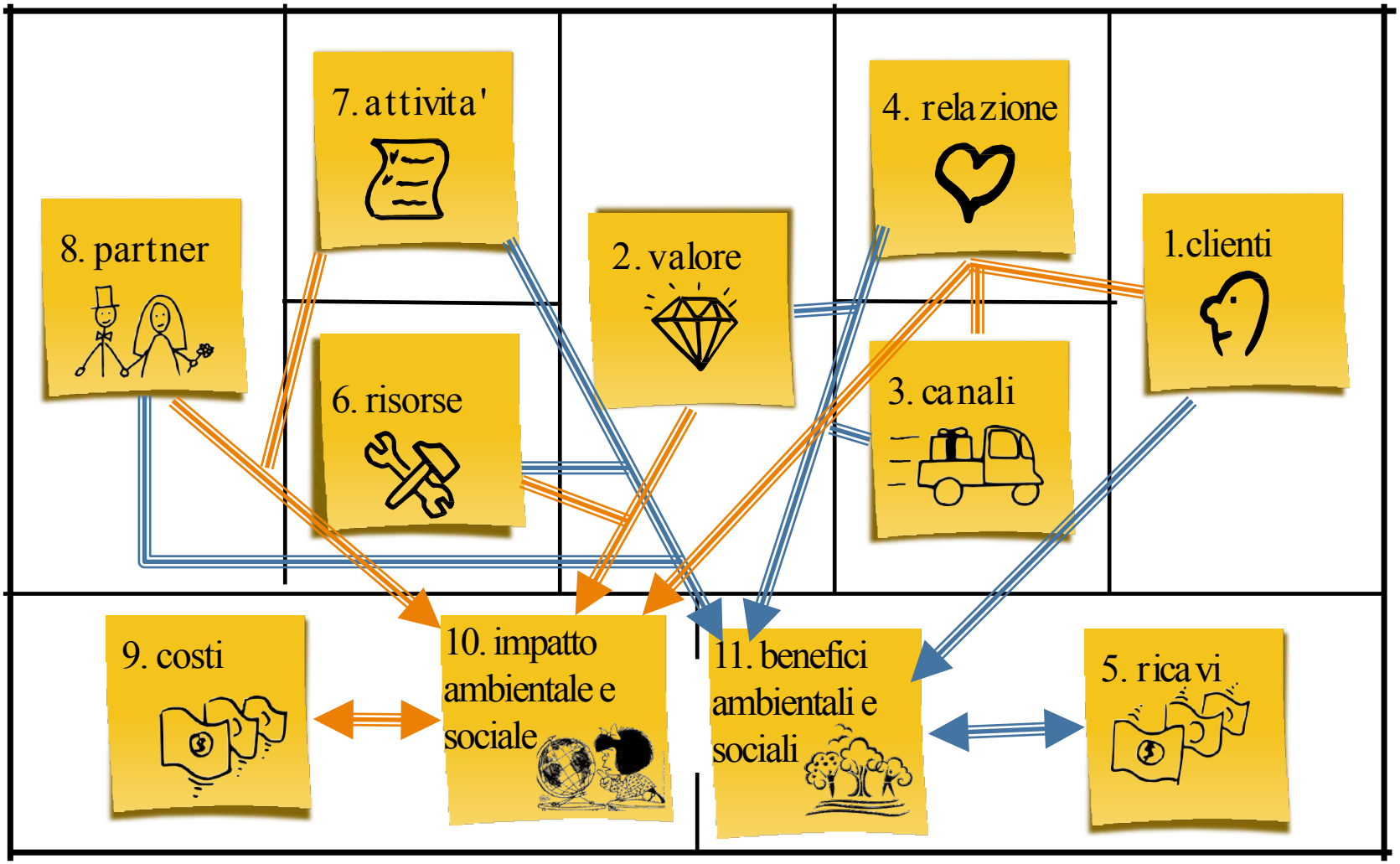
http://www.businessmodelgeneration.com



http://www.businessmodelgeneration.com


7. attivita'
Creare valore costa
8. partner
1.clienti
6. risorse
Il guadagno deve essere maggiore di zero
I clienti pagano
9. costi
guadagno = ricavi - costi
5. ricavi
http://www.businessmodelgeneration.com


7. attivita'
4. relazione
8. partner
2. valore
1.clienti
6. risorse
3. canali
9. costi
guadagno = ricavi - costi
5. ricavi
http://www.businessmodelgeneration.com



http://www.businessmodelgeneration.com

Questa opera è distribuito con licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 3.0 Unported.

Un'idea da sola non basta…

- Il 33% delle imprese fallisce perché il team non è adatto
- Il 29% delle imprese fallisce perché non ha un business model
- Il 25% delle imprese fallisce perché non ha né idee né strategie
- Il 13% delle imprese fallisce per lo scarso impegno del team