

Il progetto sostenuto con i fondi Otto per Mille della
Chiesa Valdese



UN'IMPRESA CHE FA SCUOLA

IL BUSINESS MODEL

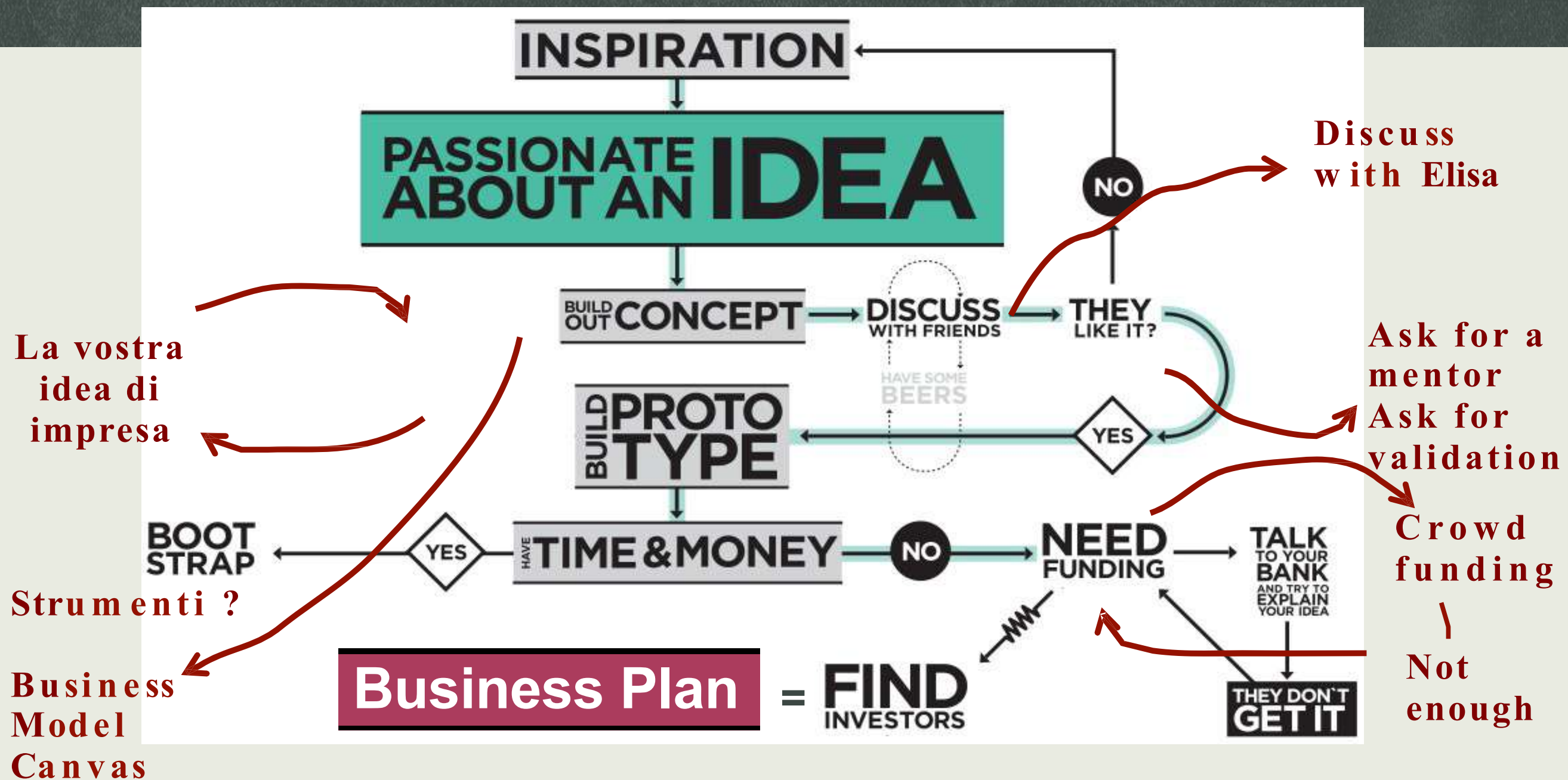
Cosa è il business plan?

È un documento strutturato secondo uno schema preciso

È utile per descrivere un progetto imprenditoriale evidenziandone i punti di forza

Criteri di valutazione di 1° livello	Contenuti 40%	Dalla teoria alla ... 30%	Comunicazione 30%
Criteri di valutazione di secondo livello e peso	Innovazione 10%	Realizzabilità 30%	Business Plan 20%
	Sostenibilità sociale 20%		Elevator pitch 10%
	Sostenibilità ambientale 10%		

Dall'idea al Business Plan il percorso non è lineare...



Grazie a N. Mattina – Working Capital per l'immagine

Prima di arrivare al piano (business plan) lavoriamo sul business model Canvas

Il BUSINESS MODEL descrive la LOGICA

con la quale un'organizzazione **CREA, DISTRIBUISCE e CATTURA VALORE.**

Cosa significa creare valore?

Un'azienda crea valore per i propri clienti quando li aiuta a:

- ✓ **SVOLGERE UN “COMPITO” IMPORTANTE**
- ✓ **SODDISFARE UN DESIDERIO**
- ✓ **RISOLVERE UN PROBLEMA**

Iniziamo con il business model

Il Business Model Canvas è uno strumento che permette di rappresentare, sotto forma di blocchi, i **nove elementi costitutivi** di un'azienda ovvero:

1. **CS (Customers Segment)**: i **segmenti di clienti** ai quali l'azienda si rivolge
2. **VP (Value Proposition)**: la **proposta di valore** contenente i prodotti / servizi che l'azienda vuole offrire;
3. **Ch (Channels)**: i **canali** di distribuzione e contatto con i clienti;
4. **CR (Customer Relationships)**: le **relazioni** che si instaurano **con i clienti**;
5. **RS (Revenue Streams)**: il **flusso di incassi** generato dalla vendita dei prodotti / servizi;
6. **KR (Key Resources)**: le **risorse chiave** necessarie perché l'azienda funzioni
7. **KA (Key Activities)**: le **attività chiave** che servono per rendere funzionante il modello di business aziendale;
8. **KP (Key Partnerships)** : i **partner chiave** con cui l'impresa dovrà stringere alleanze; e noi abbiamo aggiunto i **KC (Key Competitors)**, i **concorrenti** sul mercato
9. **CS (Cost Structure)**: i **costi di struttura** che l'azienda dovrà sostenere.

Modello di Business

- Risponde a domande quali ...
 - Quale problema / esigenza risolvo?
 - Chi sono i clienti ?
 - Che cosa ha valore per i clienti?
 - Come fornire valore ai clienti?
 - Come garantire un costo "appropriato"?
 - Quali risorse / processi devo reperire / attivare?
 - Quali sono i costi e i benefici sociali e ambientali? Qual è il valore ambientale e sociale della mia idea di impresa?

Offerta e clienti

Infrastruttura e organizzazione

Modello costi e ricavi

Responsabilità sociale e ambientale

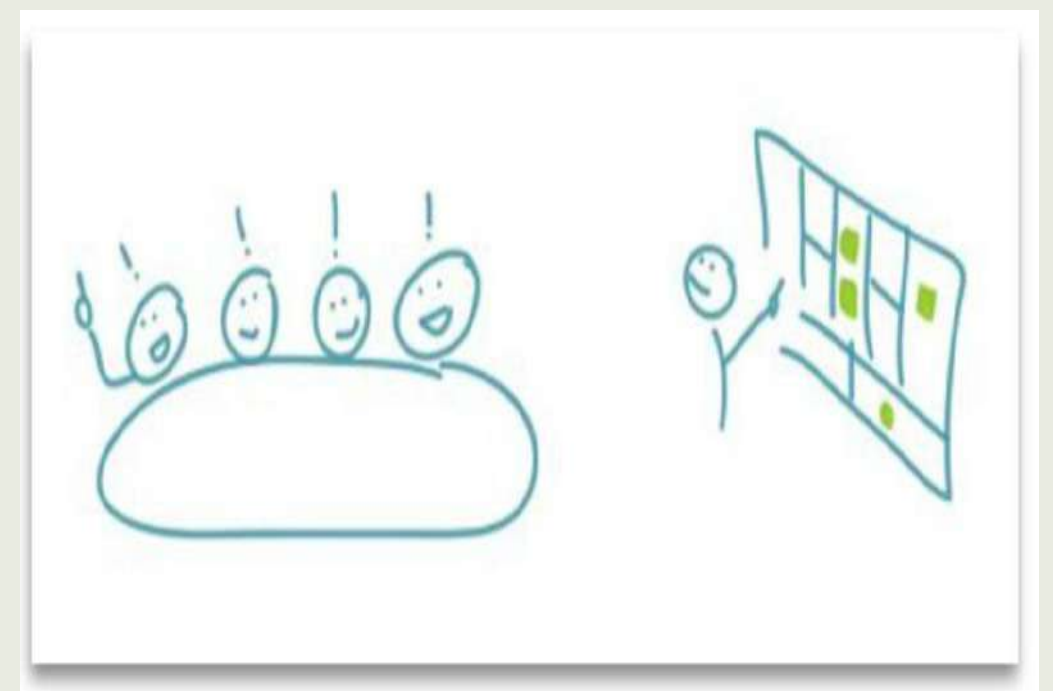
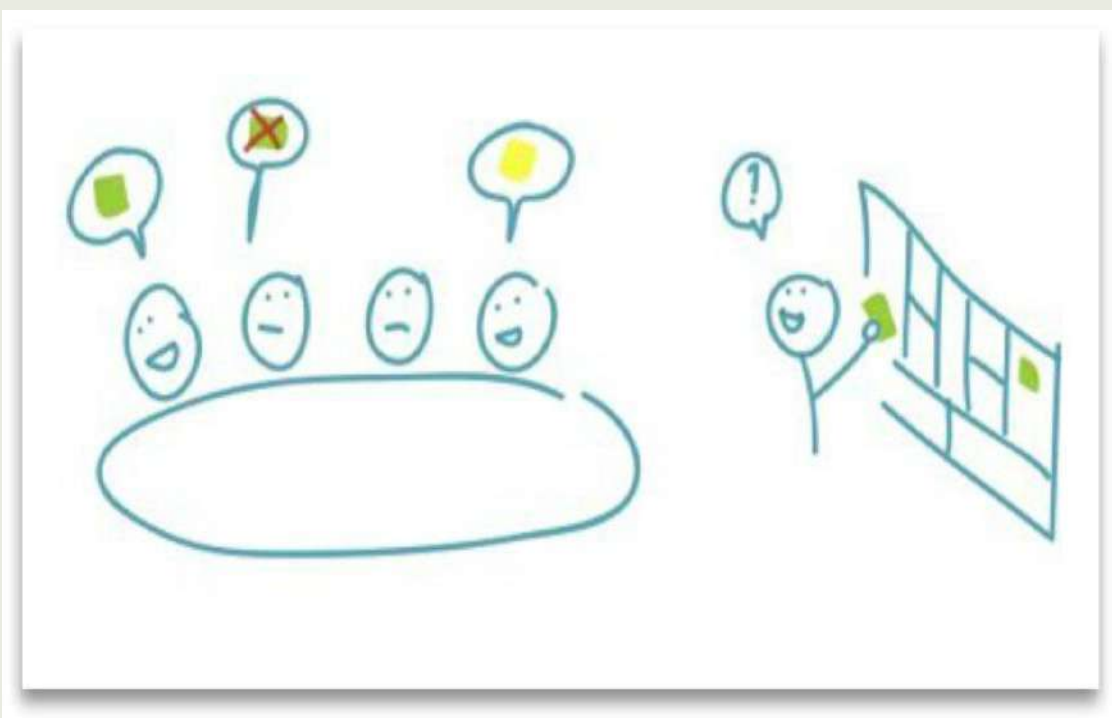
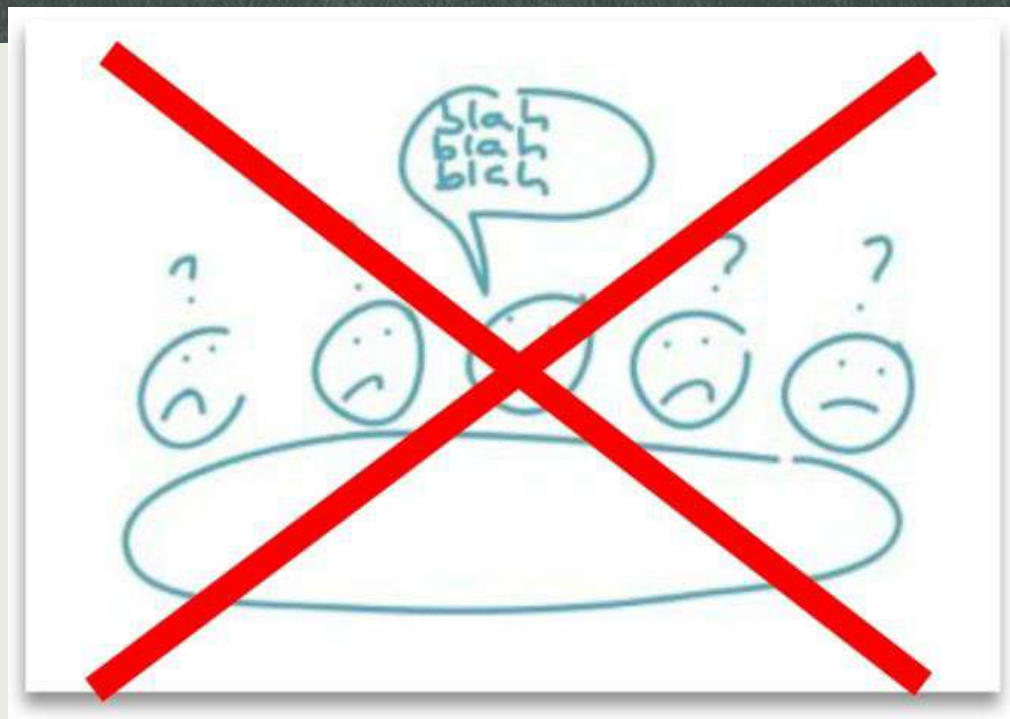
Come si integrano

Disegnare il Business Model



- Regole per il Brainstorming
 - Focalizzare una definizione del problema
 - Preparare il brainstorming con una "immersione" nel problema
 - Linee guida
 - Quantità!!
 - Rinviare il giudizio
 - Essere visuali
 - Incoraggiare idee pazzе
 - Usate SCAMPER, se necessario

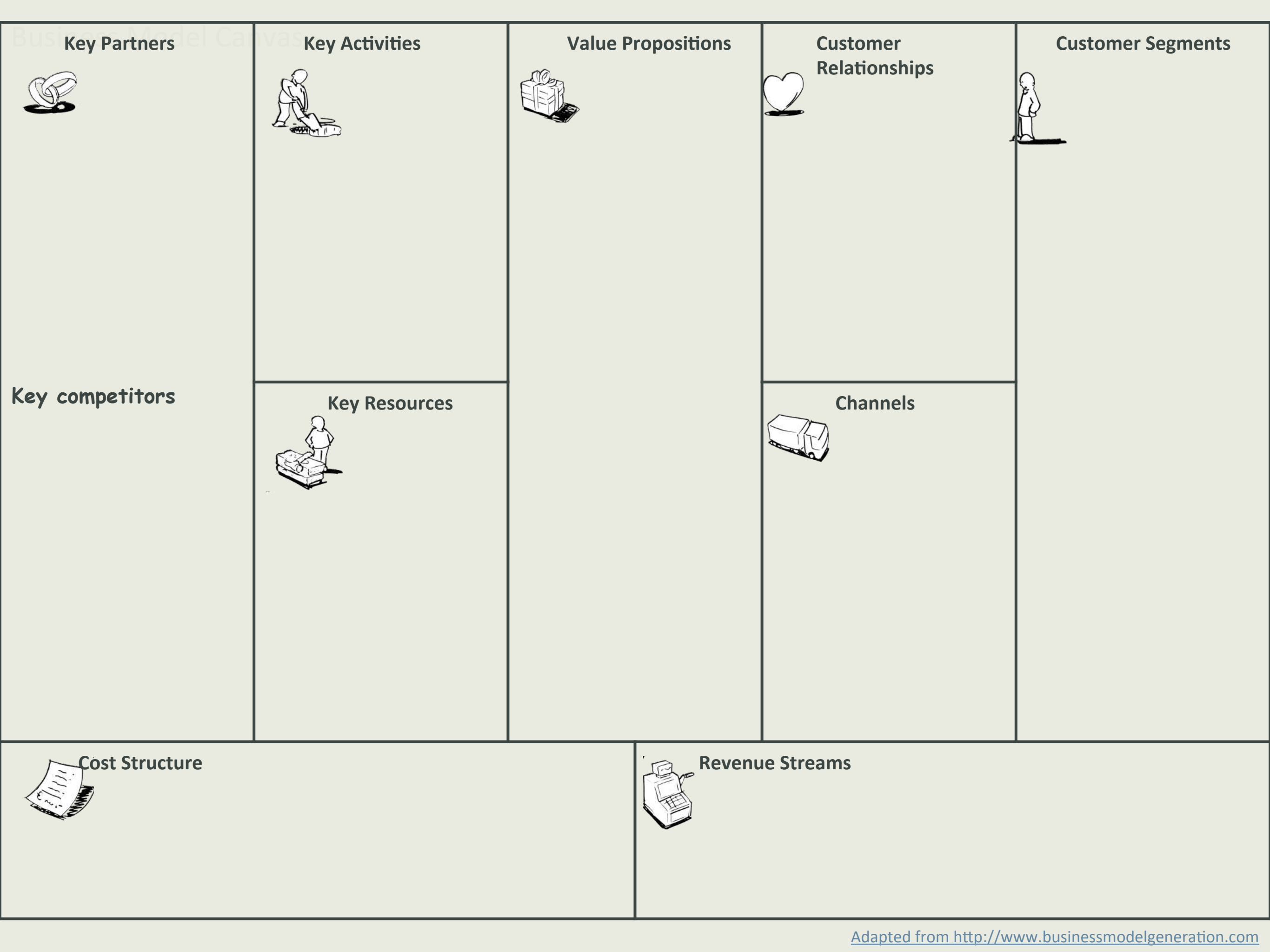
Come strutturare la discussione sull'idea di impresa?

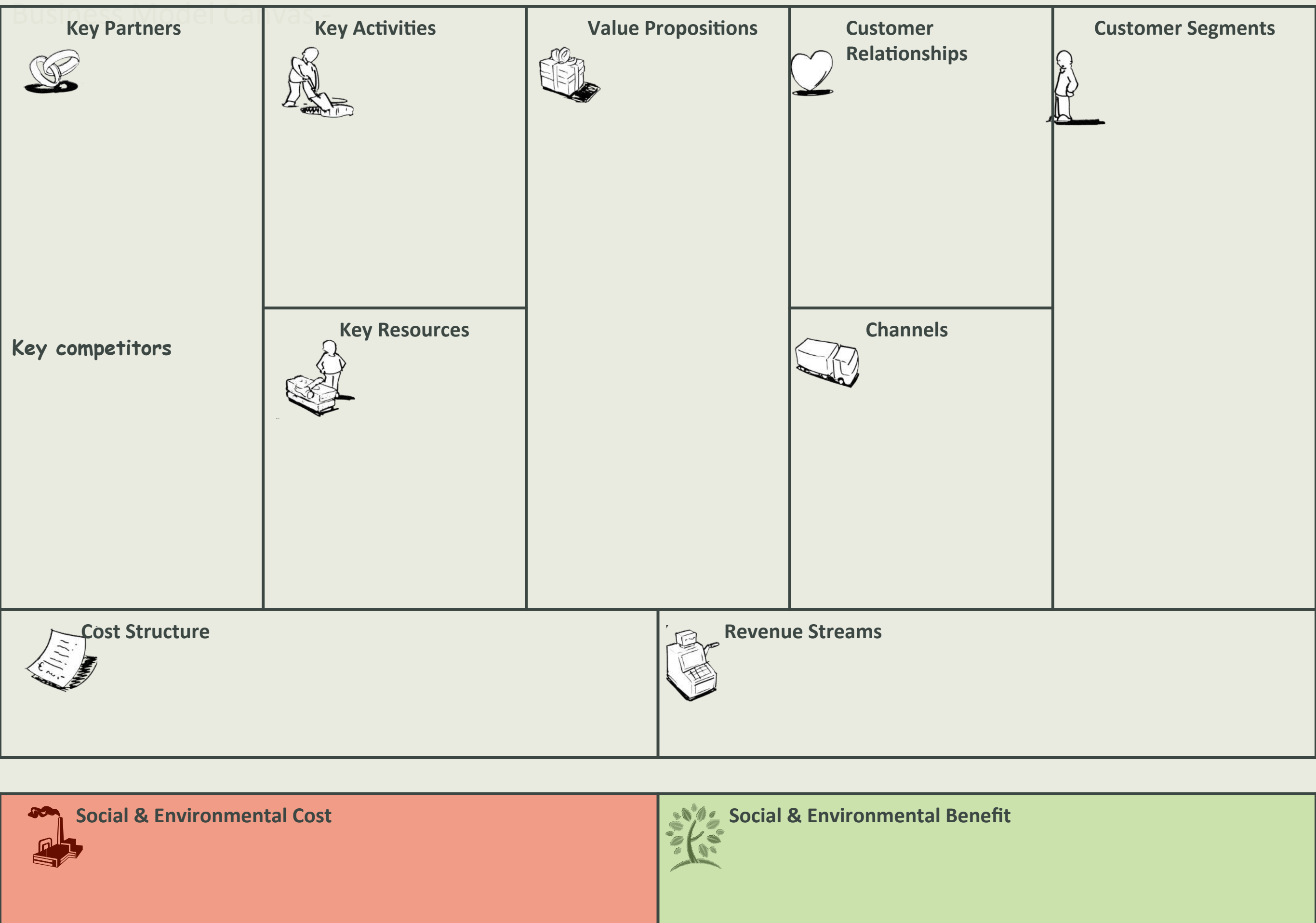


Come fare:

1. Stampate il canvas in grande formato o disegnate su un cartellone
2. Attaccate il canvas al muro
3. Predisponete una buona scorta di post it e pennarelli
4. Iniziate ad abbozzare il vostro modello di business in gruppo
5. Usate parole chiave o disegni/immagini
6. La capacità fondamentale da usare è quella dell'osservazione: cosa fanno le persone, quali sono le esigenze dei potenziali clienti, cosa dicono gli esperti, cosa trovo in rete, quali sono i servizi esistenti e come funzionano...
7. Validate le vostre affermazioni: come fai a sostenere che quello che hai scritto in ogni blocco è vero? Quali dati/informazioni hai a sostegno delle tue affermazioni?
8. Rivedete, se necessario, il canvas
9. Usate l'opportunità di avere prospettive diverse...
10. Usate il documento check list per verificare il vostro modello di impresa

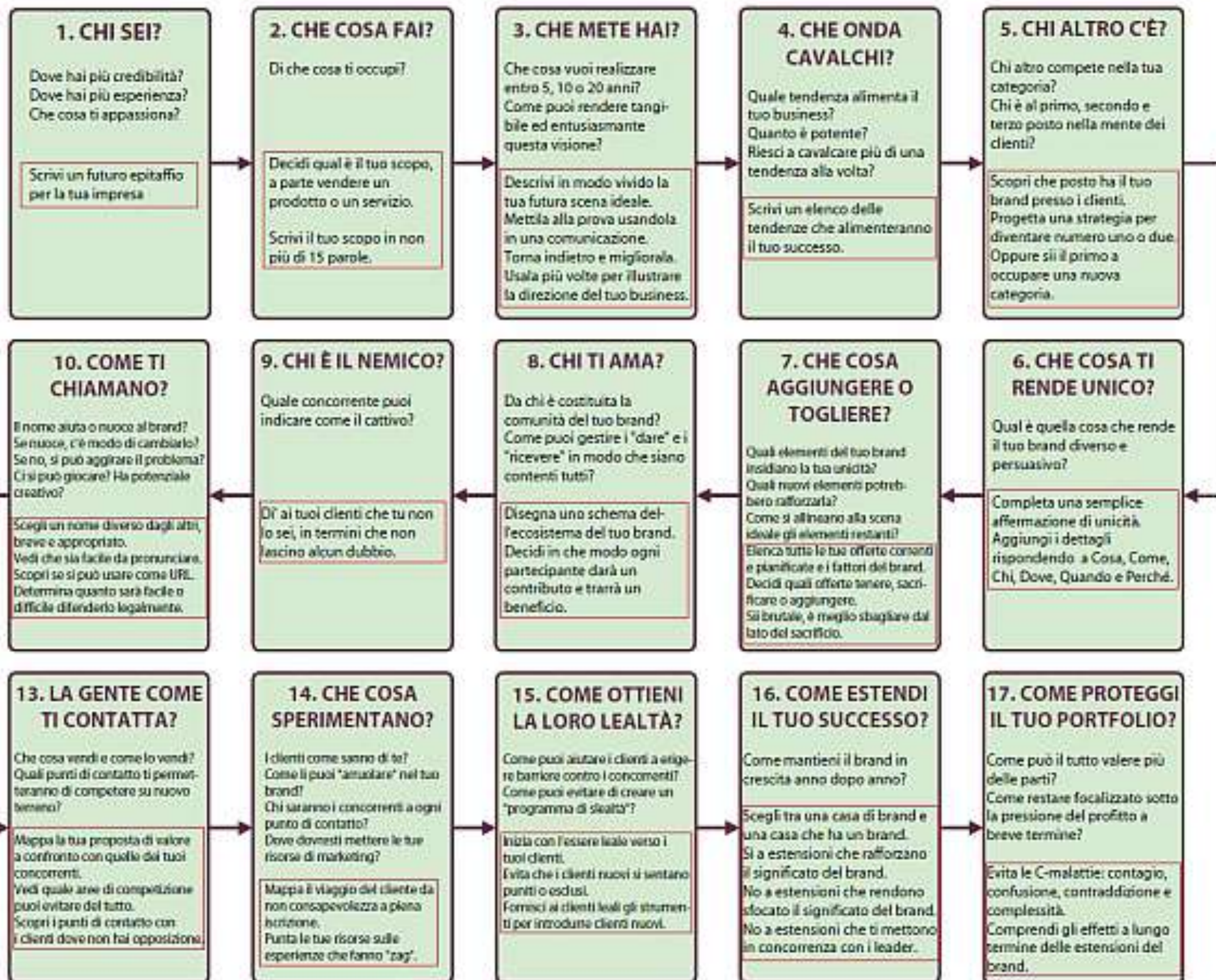
I canvas sono anche in inglese e francese. Sul Canvas xls in inglese ci sono anche dei link: a un video e a delle spiegazioni.





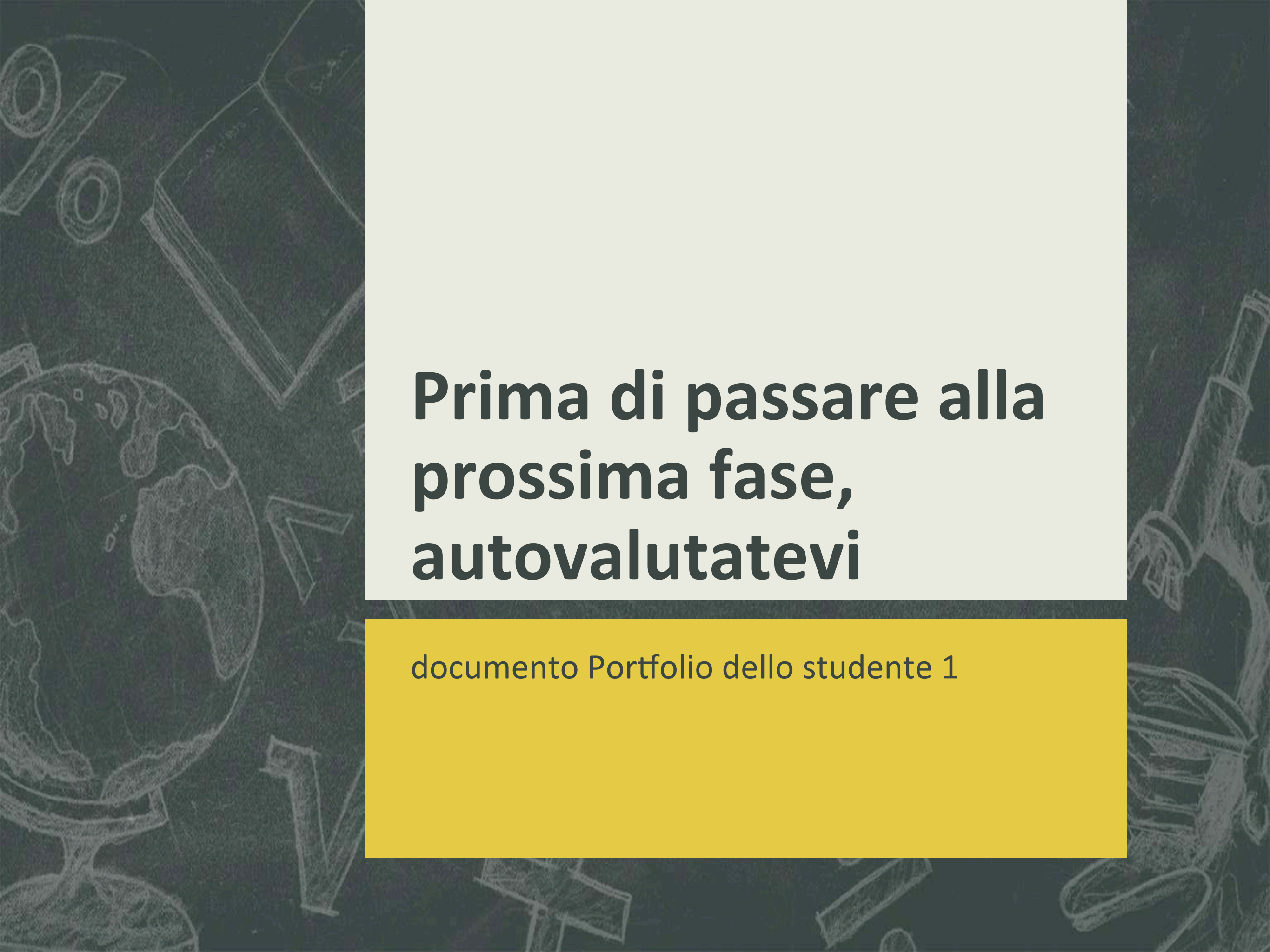
Verificate se la vostra idea fa davvero la differenza con 17 domande

CREA LA TUA IMPRESA: ACCENTO SULLA DIFFERENZIAZIONE



Rivedete quindi il vostro business canvas model Canvas -

 Key Partners	 Key Activities	 Value Propositions	 Customer Relationships	 Customer Segments
Key competitors	Key Resources 		Channels 	
Social & Environmental Cost			Social & Environmental Benefit	
Cost Structure 			Revenue Streams 	

A dark background with a collage of white, hand-drawn educational icons. These include a globe, a microscope, a book, a percentage sign, a ruler, and various geometric shapes and arrows.

Prima di passare alla prossima fase, autovalutatevi

documento Portfolio dello studente 1

Key Partners



Who are our Key Partners?
Who are our key suppliers?
Which Key Resources are we acquiring from partners?
Which Key Activities do partners perform?

KEY ACTIVITIES FOR KEY PARTNERS:
Cooperation and economy
Reduction of risk and uncertainty
Acquisition of particular resources and activities

Key Activities



What Key Activities do our Value Propositions require?
Our Distribution Channels?
Customer Relationships?
Revenue Streams?

KEY ACTIVITIES:
Production
Problem Solving
Keychain Network

Value Propositions



What value do we deliver to the customer?
Which one of our customer's problems are we helping to solve?
What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment?
Which customer needs are we satisfying?

VALUE PROPOSITIONS:
Features
Performance
Quality/Status
"One single job done"
Design
Price
Portability
Ease of Use
Risk Reduction
Accessibility
Customization/Uniqueness

Customer Relationships



What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them?
Which ones have we established?
How are they integrated with the rest of our business model?
How costly are they?

CUSTOMER RELATIONSHIPS:
Personal Assistance
Individual Personal Attention
Self-Service
Automated Self-Service
Communities
Co-creation

Customer Segments



For whom are we creating value?
Who are our most important customers?

MARKET SEGMENTS:
Mass Market
Niche Market
Segment
Demographic
Geographic
Psychographic
Behavioral

Key Resources



What Key Resources do our Value Propositions require?
Our Distribution Channels? Customer Relationships?
Revenue Streams?

KEY RESOURCES:
Physical
Intellectual (Brand, patents, copyrights, data)
Human
Financial

Channels



Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?
How are we reaching them now?
How are our Channels integrated?
Which ones work best?
Which ones are most cost-efficient?
How are we integrating them with customer routines?

CHANNELS:
1. Direct sales
2. Indirect sales
3. Partners
4. Distribution
5. Other
6. Other

Cost Structure

What are the most important costs inherent in our business model?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?

COST STRUCTURE:
Cost Driver: Expense cost structure, low price value proposition, low risk business model, innovative business model
Value Driver: Focus on value creation, premium value proposition

COSTS:
Fixed Costs (Salaries, rent, etc.)
Variable Costs
Cost of Goods Sold
Cost of Sales

Revenue Streams

For what value are our customers really willing to pay?
For what do they currently pay?
How are they currently paying?
How would they prefer to pay?
How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?

REVENUE STREAMS:
License
Subscription
Usage-based
Advertising
Other

REVENUE STREAMS:
License
Subscription
Usage-based
Advertising
Other

REVENUE STREAMS:
License
Subscription
Usage-based
Advertising
Other



!