



## *Capitolo 2 - Come gestire la tua impresa*

### 2.2 il Canvas Business Model

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Cos'è il Canvas Business Model?

Il modello è uno strumento strategico imprenditoriale di gestione che può aiutare a descrivere, creare, ideare e testare il proprio Business Model in maniera semplice.

Il Canvas Business Model permette facilmente di:

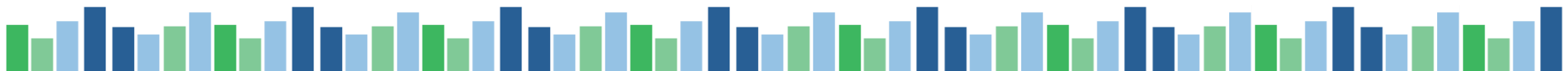
- Vedere quali sono le relazioni tra le parti del proprio modello;
- Individuare le ipotesi, le presupposizioni e i rischi;
- Pianificare una prova di validazione (Mercato, canali, prezzi);
- Trovare modi di incrementare il valore o ridurre i costi;
- Pensare a quali sono le dinamiche di crollo di mercati specifici;

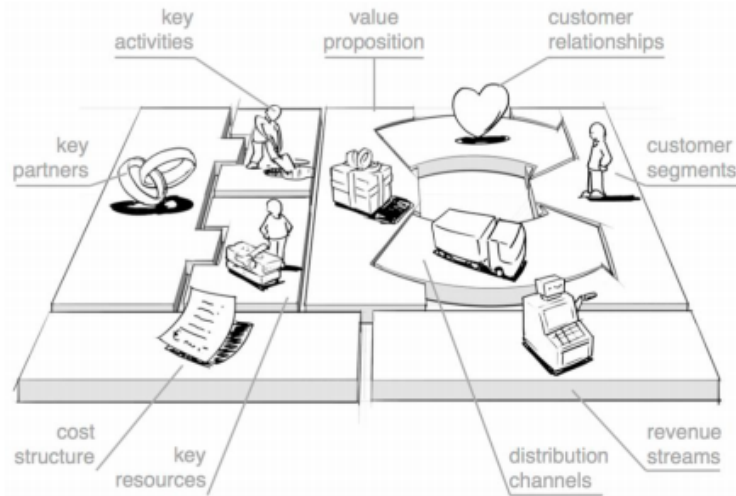
Il Canvas Business Model è costituito da nove blocchi che corrispondono alle aree principali del proprio business: clienti, offerta, infrastruttura e realizzabilità finanziaria. Puoi vedere i 9 blocchi menzionati sul lato destro del grafico sottostante. Occorre riempire ogni blocco del canvas al fine di strutturare l'idea di business. Dunque il Canvas fornisce alcune domande per blocco che spiegheremo in seguito.

Pensa alla tua idea di Business. Intorno a quali delle seguenti fattori si è sviluppata la tua idea?

- Possiedi una **proposta valida**/offerta ben definita: offri una soluzione che risolve un problema o che soddisfa un cliente;
- Possiedi **risorse specifiche**, alcune competenze specifiche, una licenza, un preciso Know-how ecc.
- Possiedi un **segmento di clienti** ben definito che hanno tutti lo stesso problema che intendi risolvere;
- Possiedi un modello a basso costo che permette a più clienti di **accedere** ai prodotti e ai servizi;

Rispondere a queste domande ti aiuterà a comprendere quali blocchi siano più importanti per te e da cui puoi partire.

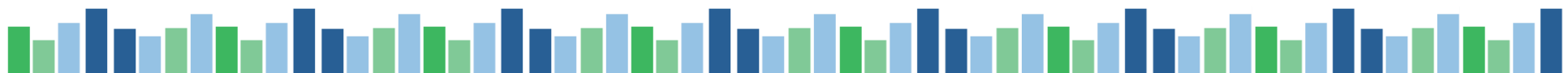




**Prima di iniziare a riempire I blocchi:**

1) Normalmente si pensa al proprio business con una prospettiva personale, che viene chiamata visione organizzazione-centrica. Al fine di rendere il proprio business un successo bisogna cominciare adottare la prospettiva del cliente, che viene chiamata visione utente-centrica. Per rendere più chiara la differenza tra questi due punti di vista, date un'occhiata al grafico seguente, sul lato sinistro vedrete le domande formulate con un punto di vista organizzazione-centrico, mentre sulla destra quelle con un punto di vista utente-centrico.

organizzazione-centrico	utente-centrico
Cosa possiamo vendere ai clienti?	Quali sono I bisogni reali dei clienti e come possiamo aiutarli a soddisfarli?
Come possiamo mirare meglio al nostro cliente?	Come vogliono essere presi in considerazione I nostri clienti?
Che tipo di relazione stabiliamo con i nostri clienti?	Che tipo di relazione I nostri clienti si aspettano da noi?



Dove e come guadagnare?	Qual'è il valore che I nostri client sono disposti a pagare?
Che tipo di tecnologia utilizziamo?	La tecnologia che esiste già è accessibile a tutti, come la utilizziamo?

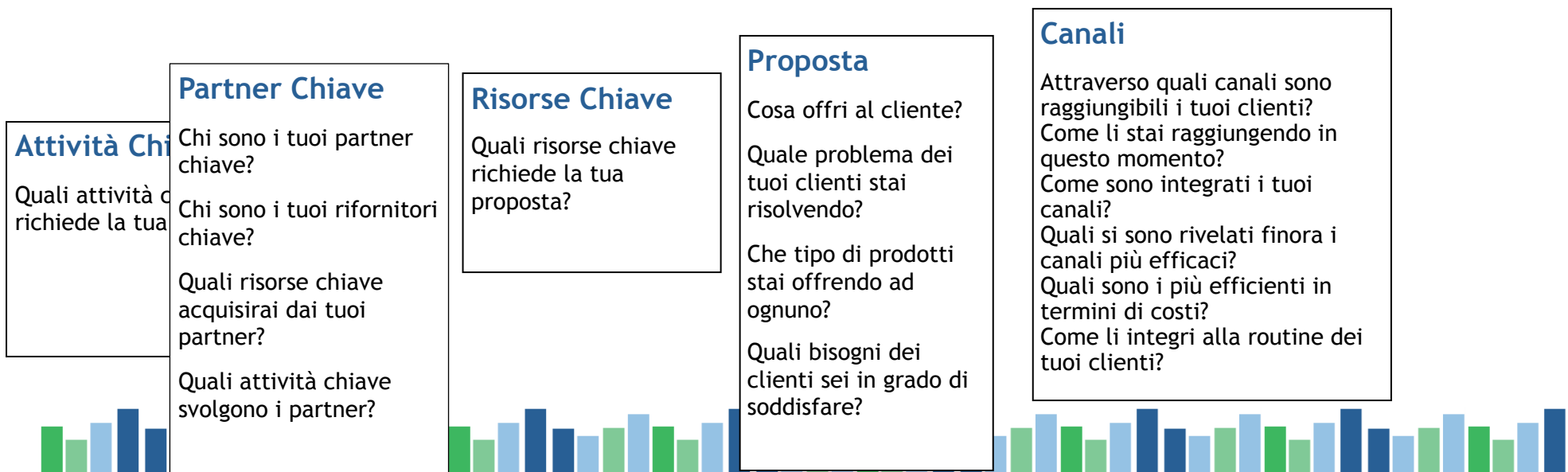
2) Controlla la tua idea imprenditoriale sulla base dei 4 criteri elencati di seguito:

- Ci sono clienti che acquisteranno ciò che vendi?
- Il tuo prodotto è abbastanza diversificato da quello della concorrenza?
- La tua idea imprenditoriale è più redditizia di altre?
- Sei in grado di costruire una “fabbrica” per fare ciò che intendi fare e incrementare i risultati?

Puoi scaricare il Canvas Business Model al seguente link: <https://canvanizer.com/new/business-model-canvas>

Per avere una panoramica sul funzionamento del Canvas Business Model guarda il video al seguente link: <https://www.youtube.com/watch?v=IP0cUBWTgpY>

Ora puoi iniziare a riempire i blocchi tenendo a mente le seguenti domande:



**Attività Chiave**

Quali attività chiave richiede la tua proposta?

**Partner Chiave**

Chi sono i tuoi partner chiave?

Chi sono i tuoi fornitori chiave?

Quali risorse chiave acquisirai dai tuoi partner?

Quali attività chiave svolgono i partner?

**Risorse Chiave**

Quali risorse chiave richiede la tua proposta?

**Proposta**

Cosa offri al cliente?

Quale problema dei tuoi clienti stai risolvendo?

Che tipo di prodotti stai offrendo ad ognuno?

Quali bisogni dei clienti sei in grado di soddisfare?

**Canali**

Attraverso quali canali sono raggiungibili i tuoi clienti? Come li stai raggiungendo in questo momento? Come sono integrati i tuoi canali? Quali si sono rivelati finora i canali più efficaci? Quali sono i più efficienti in termini di costi? Come li integri alla routine dei tuoi clienti?

### Relazioni coi clienti

Che tipo di relazione i tuoi clienti si aspettano che tu stabilisca e mantenga con loro?

Quali hai stabilito?

Come vengono integrate con il tuo modello imprenditoriale?

Quanto possono essere costose?

### Segmentazione dei clienti

Per chi stai creando un valore?

Chi sono i tuoi clienti più importanti?

### Flussi d'entrata

Quali sono i valori per cui i tuoi clienti sono realmente disposti a pagare?

Per cosa spendono i loro soldi in questo momento?

Come pagano in questo momento?

Come preferirebbero pagare?

Quanto contribuisce ogni flusso d'entrata alle entrate generali?

### Struttura dei costi

Quali sono i costi più rilevanti all'interno del tuo modello imprenditoriale?

Quali risorse chiave sono più costose?

Quali attività chiave sono più costose?

