

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model

---

Prof.ssa Antonella Serra

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model



Perché alcune attività hanno successo e altre no?

Ma soprattutto, come è possibile assicurarsi che ne abbia la propria azienda?



Sono queste le domande fondamentali che ogni imprenditore o aspirante imprenditore si pone, soprattutto al momento in cui deve prendere decisioni strategiche per il proprio business.

Una risposta sicura, ovviamente, non esiste: ogni impresa è connotata da un certo grado di rischio ineliminabile.

## Elementi funzionali alla creazione del Business Model

- Capire qual è il proprio business model, però, è un ottimo modo per ridurre l'incertezza al minimo.



# Elementi funzionali alla creazione del Business Model

Ma che cos'è un business model?

- Partiamo con un concetto molto semplice, ossia di come il successo o l'insuccesso di qualsiasi business si misuri nella capacità dell'azienda di creare valore per i propri clienti.
- Quando si è in grado, cioè, di soddisfare un loro desiderio o di risolvere un problema.
- In quest'ottica il primo passo da fare per rafforzare o migliorare un'azienda, per lanciare un nuovo prodotto/servizio o per avviare una startup di valore, è quello di stabilire con precisione cosa bisogna fare, come bisogna farlo e per quali clienti l'azienda vuole creare valore.

In «soldoni» significa creare il proprio **modello di business**.

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model

- Ragionare in termini di business model significa focalizzarsi sul processo di creazione di valore all'interno dell'azienda e per il cliente.
- In termini molto semplicistici un modello di business è sostenibile se i ricavi superano i costi;
- questo sarà possibile, però, solo se l'attività crea valore per la propria clientela.

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model

- Il business model attiene alla strategia fondamentale dell'azienda e da esso dipende ogni decisione importante:
  - la valutazione degli investimenti,
  - la scelta delle caratteristiche di prodotto
  - il marketing inteso nella sua accezione più ampia.



Dedicarsi al marketing senza avere chiaro il proprio business model, in ogni suo dettaglio, è un errore che rischia di portare a investimenti errati o a sbagli anche grossolani che rischiano di costare molto cari nel corso del tempo.



# Elementi funzionali alla creazione del Business Model

---



*idea → plan → action*

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model

- Uno sguardo d'insieme sull'attività
- Attraverso l'analisi del proprio business model, l'imprenditore è obbligato ad analizzare ogni singolo aspetto che compone (o che comporrà) l'attività dell'azienda.
- È così che riesce a far emergere le incongruenze:
  - tra gli obiettivi e i mezzi a disposizione;
  - tra la sua offerta e le reali necessità del mercato;
  - tra il prezzo richiesto e il valore generato per il cliente;
  - problematiche nel processo di raggiungimento del mercato;
  - ...o qualsiasi altro elemento potenzialmente problematico, che è bene riuscire a definire e risolvere prima di iniziare la nuova attività.



# Elementi funzionali alla creazione del Business Model

- L'armonia e la coerenza fra i diversi elementi sono gli aspetti che renderanno l'attività sostenibile anche nel lungo periodo.
- Al contrario, le incongruenze finiranno presto o tardi per esplodere, con effetti a catena che mineranno la creazione di valore e, quindi, di utile.

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model

- Prima di essere operativi però, facciamo un passo indietro e consideriamo un altro elemento: molto spesso le aziende spendono un discreto quantitativo di soldi in ricerche di mercato che non danno spazio alla prospettiva del consumatore → Sbagliato.
- Fondamentale è cambiare ottica, immedesimarsi il più possibile in chi c'è dall'altra parte.
- Quindi, capire il consumatore e il contesto in cui si inserisce, con le sue abitudini, le sue preoccupazioni e le sue aspettative non è trascurabile.
- Comunque teniamo a mente che non basta chiedere al diretto interessato, perché generalmente neanche il consumatore è sicuro di quello di cui ha bisogno.
- Per questo si rivela utile andare oltre, anticipando le necessità e magari creandone di nuove.

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model: Il Business Model Canvas

- Fra i vari modelli di business particolare fortuna ha avuto il Business Model Canvas, che risale al 2010.
- È uno strumento visuale, intuitivo, che permette di concentrarsi sugli elementi fondamentali che compongono un business.
- In particolare, il Business Model Canvas è composto da 9 blocchi, ciascuno dei quali è dedicato a un elemento costitutivo di ogni azienda.

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model

---

## Il Business Model Canvas



# Elementi funzionali alla creazione del Business Model: Il Business Model Canvas










- Il Business Model Canvas è un modello strategico usato per la creazione e lo sviluppo di business model.
- In concreto, è un template visuale che mostra l'infrastruttura, i prodotti, i clienti, i fornitori ed altri elementi che contraddistinguono una impresa, offrendo una visione d'insieme.

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model: Il Business Model Canvas

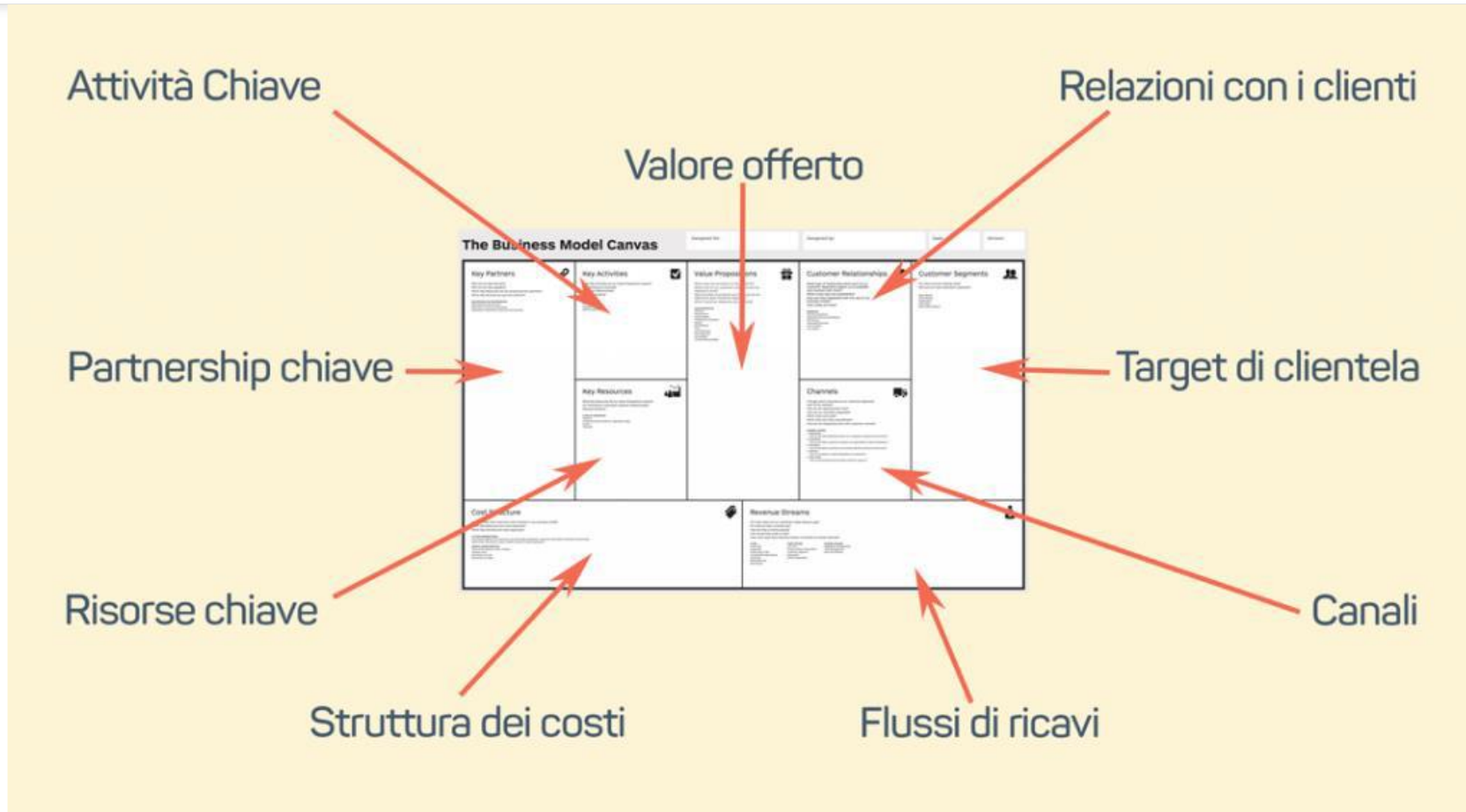
---

## Business Model Canvas

Nome \_\_\_\_\_ Progettato da \_\_\_\_\_

<b>Partner Chiave</b> 	<b>Attività Chiave</b> 	<b>Proposte di Valore</b> 	<b>Relazioni con i Clienti</b> 	<b>Segmenti di Clientela</b> 
	<b>Risorse Chiave</b> 		<b>Canali</b> 	
<b>Struttura dei Costi</b> 			<b>Flussi di Ricavi</b> 	

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model: Il Business Model Canvas



# Elementi funzionali alla creazione del Business Model: Il Business Model Canvas

- È una mappa composta da nove blocchi, ciascuno dei quali rappresenta un elemento fondamentale del modello di business.
- Questi nove blocchi, però, non sono una semplice lista da riempire, né sono dei contenitori slegati l'uno dall'altro: sono logicamente connessi l'uno all'altro e sono stati posizionati l'uno accanto all'altro in determinate posizioni al fine di riprodurre a livello strutturale quelle che sono le diverse sinergie all'interno del modello di business.



# Elementi funzionali alla creazione del Business Model: Il Business Model Canvas

- Tutto parte dalla parola “canvas“, che in inglese indica la tela bianca, quella da cui partono gli artisti.
- Ed è su questo spazio bianco che si iniziano a posizionare gli elementi chiave del modello di business.

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model: Il Business Model Canvas



# Elementi funzionali alla creazione del Business Model: Il Business Model Canvas

Ecco l'elenco di questi elementi:

1. I Segmenti di Clientela, ovvero i gruppi di persone e/o organizzazioni ai quali l'azienda si rivolge.
2. La Proposta di Valore, ovvero l'insieme di prodotti e servizi che vengono offerti alla clientela e che rappresentano un valore per un altrettanto specifico segmento di clienti.
3. I Canali sono i modi in cui l'azienda raggiunge un determinato segmento di clientela per presentargli e fornirgli la sua proposta di valore.
4. Le Relazioni con i Clienti sono il tipo di relazione che l'azienda stabilisce con i diversi segmenti di clienti; possono avere modalità e contenuti molto diversi.
5. I Flussi di Ricavi sono quelli che l'azienda ottiene dalla vendita dei prodotti/servizi a un determinato Segmento di Clientela.

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model: Il Business Model Canvas

6. Le Risorse Chiave rappresentano gli asset strategici di cui l'azienda deve disporre per sostenere il proprio modello di business: si va da aspetti immateriali come il know-how fino ai macchinari o ai locali fisici.
7. Le Attività Chiave sono quelle attività strategiche che devono essere compiute per creare e sostenere le value proposition, raggiungere i clienti, mantenere le relazioni con loro e generare ricavi. Non si tratta necessariamente del core business, ma di tutte quelle attività che sono comunque irrinunciabili.
8. Fra i Partner Chiave ritroviamo quei fornitori e partner che sono necessari al funzionamento del modello di business aziendale.
9. Infine, la Struttura dei Costi definisce i costi che l'azienda dovrà sostenere per rendere funzionante il proprio modello di business.

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model: Il Business Model Canvas

6. La sua creazione non va intesa limitata in un tempo/momento specifico, né va immaginata come strumento che coinvolga solo taluni Manager e/o solo gli imprenditori dell'azienda;
7. Il coinvolgimento della maggior parte di professionisti aziendali, ognuno per la propria parte ha facoltà di contribuire all'implementazione dei contenuti dello schema grafico.
8. Una modifica e revisione continua dei contenuti e delle interazioni fra i suoi nove blocchi.
9. Il BMC parte proprio dal presupposto che i membri del team siano la prima risorsa ed il primo valore che l'azienda deve inserire nel suo modello di Business.

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model: Il Business Model Canvas

- Non c'è un ordine giusto o sbagliato per compilare i blocchi;
- la rappresentazione non è lineare e si può decidere di partire da qualsiasi blocco.
- Esiste però una sequenza più funzionale delle altre: quella che parte dai segmenti di clientela, prosegue sul valore, identifica le relazioni tra cliente e valore (relazione e canali), individua i flussi dei ricavi, definisce l'area del come (attività, risorse e partner) e si conclude con costi.

# Elementi funzionali alla creazione del Business Model: Il Business Model Canvas

- Questo perché alla base del modello di business c'è la logica con la quale un'organizzazione crea, acquisisce e distribuisce valore e il valore è tale solo se c'è un soggetto in relazione al quale possiamo costruirlo ed il cliente è l'elemento attorno al quale il sistema si definisce.
- Si tratta di un template visivo con elementi che descrivono la proposta di valore di un'azienda o di un prodotto, l'infrastruttura, i clienti e i costi e i ricavi.
- Aiuta le imprese a delineare le loro attività illustrando le potenziali criticità.