

Il Business Model Canvas

Progettato per:

Progettato da:

Il:

Iterazione:

Partner chiave



Chi sono i nostri Partner chiave?
Chi sono i nostri fornitori chiave?
Quali Risorse chiave stiamo acquisendo dai partner?
Quali Attività chiave svolgono i partner?

MOTIVAZIONE PER LA PARTNERSHIP
Ottimizzazione e risparmio
Riduzione del rischio e dell'incertezza
Acquisizione di particolari risorse e attività

PROJECT PARTNERS

STRATEGICI E TECNICI
- WEB MASTER
- SOCIAL & COMMUNITY WEB EXPERT*
- PROGRAMMATTORE CODICE E MOBILE

- MIUR / SISTEMA UNIVERSITARIO
- FINANCIAL PARTNER: SEED FUND, BUSINESS ANGEL

PROCESS PARTNERS
- SOCIAL & COMMUNITY WEB EXPERT*
- FINANCIAL PARTNER: FUNDS
- CHANNEL PARTNER: TWITTER/SOCIAL, MASS MEDIA & WEB MEDIA

* PREFERIBILMENTE IN TEAM DI PROGETTO

Attività chiave



Quali sono le attività necessarie per il nostro valore offerto?
I nostri canali di distribuzione?
Le relazioni con i clienti?
I ricavi?

CATEGORIE
Produzione
Soluzione di problemi
Piattaforma / Rete

SELEZIONE AUTOMATICA DI CONTENUTI
PUSH DI CONTENUTI
GESTIONE DEI SERVIZI PER LE SOLUZIONI
IDEE
RELAZIONI CON PARTNERS SOCIAL

Valore offerto



Che tipo di valore forniamo ai clienti?
Quale problema dei nostri clienti stiamo aiutando a risolvere?
Quale pacchetto di prodotti e servizi stiamo offrendo ai clienti?
Quali bisogni dei clienti stiamo soddisfacendo?

CARATTERISTICHE

Novità
Prestazioni
Personalizzazione
"Risolvere"
Design
Marca / Status symbol
Prezzo
Riduzione dei costi
Riduzione dei rischi
Accessibilità
Comodità / Usabilità

MONETIZZAZIONE DELLA CONDIVISIONE E DELLE SKILL INTANGIBILI
QUALIFICAZIONE DEI CONTENUTI

SVILUPPO DI TOP IDEAS
FAR EMERGERE GRANDI MENTI

VELOCIZZARE LA MEDIAZIONE DI LEAD GENERATION, CONTACT, JOB E FINANCE

Relazioni con i clienti



Che tipo di relazione vuole che stabiliamo e manteniamo, ognuno dei nostri segmenti cliente?
Quali relazioni abbiamo stabilito?
Come sono integrati con il resto del nostro Business Model?
Quanto costano?

ESEMPLI
Assistenza personale
Assistenza personale dedicata
Self-service
Sistemi automatici
Comunità
Creazione in comune

SIAMO LO STRUMENTO E IL RIFERIMENTO PER CHI HA IDEE

SIAMO UNA VETRINA IMPORTANTE E SELEZIONANTE PER CHI HA CAPACITÀ, TALENTO E TENACIA

SIAMO UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER LA QUALITÀ DELLE PERSONE E DEI CONTENUTI

Segmenti di clientela



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

Mercato di massa
Mercato di nicchia
Mercato segmentato
Piattaforme multi-sided

Risorse chiave



Quali sono le risorse necessarie per il nostro valore offerto?
I nostri canali di distribuzione?
Le relazioni con i clienti?
I ricavi?

TIPOLOGIE DI RISORSE
Fisiche
Intelletuali (marchi, brevetti, diritti d'autore, dati)
Umane
Finanziarie

CONTENUTI DI QUALITÀ
TREND IDEAS
ISORSE UMANE SKILLATE SU CONTENUTI E PROCESSO DI GESTIONE DEGLI STESSI
FINANZA IN FASE DI PROGETTO E LANCIO
WEB STRATEGIST

Canali



Attraverso quali canali vogliono essere raggiunti i nostri clienti?
In che modo li stiamo raggiungendo?
Come sono integrati i nostri canali?
Quali funzionano meglio?
Quali sono i più efficienti, a livello di costi?
Come li stiamo integrando con le abitudini dei clienti?

FASI DEI CANALI

1. Consapevolezza
Come aumentiamo la consapevolezza dei prodotti e servizi della nostra azienda?
2. Valutazione
Come facciamo ad aiutare i nostri clienti a valutare il valore offerto dalla nostra azienda?
3. Acquisto
Come possono i clienti acquistare specifici prodotti e servizi della nostra azienda?
4. Consegna
In che modo consegniamo il valore offerto ai clienti?
5. Post vendita
Come forniamo assistenza post vendita?

WEB
APPLICATION
MOBILE
TV/MEDIA

Struttura dei costi

Quali sono i costi più importanti del nostro Business Model?
Quali delle Risorse chiave sono le più costose?
Quali delle Attività chiave sono le più costose?

LA TUA ATTIVITÀ È PIÙ:
Orientata al costo (struttura dei costi snella, valore offerto a basso costo, massima automazione, outsourcing spinto)
Orientata al valore (focalizzata sulla creazione del valore, valore offerto premium)

ESEMPLI DI CARATTERISTICHE:
Costi fissi (salari, affitti, utilities)
Costi variabili
Economie di scala
Economie di gamma

PROGETTO
CONSULTING E SVILUPPO
PROCESSO
LANCIO COMUNICAZIONE
FORMAZIONE

Flussi di ricavi

Per quale valore, i nostri clienti vogliono veramente pagare?
Per che cosa pagano?
In che modo stanno pagando?
Come preferirebbero pagare?
Quanto contribuisce ai ricavi ogni flusso di ricavi?

TIP
Vendita di beni
Costo per l'uso
Abbonamento
Noleggio / Affitto / Leasing
Intermediazione
Pubblicità

PREZZO FISSO
Prezzo di listino
Dipendente dalle caratteristiche del prodotto
Dipendente dal segmento cliente
Dipendente dal volume

PREZZO DINAMICO
Negoziazione (contrattazione)
Tariffazione in tempo reale
Mercato in tempo reale

VISION
PUBBLICITÀ
TREND
LEAD GENERATION
SERVICES