



Percorso Formativo

FARE IMPRESA

Il Business Model Canvas

Progetto finanziato con il Fondo di Perequazione 2023-24

sni.unioncamere.it



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E
AGRICOLTURA DI BOLOGNA

Camera dell'Economia



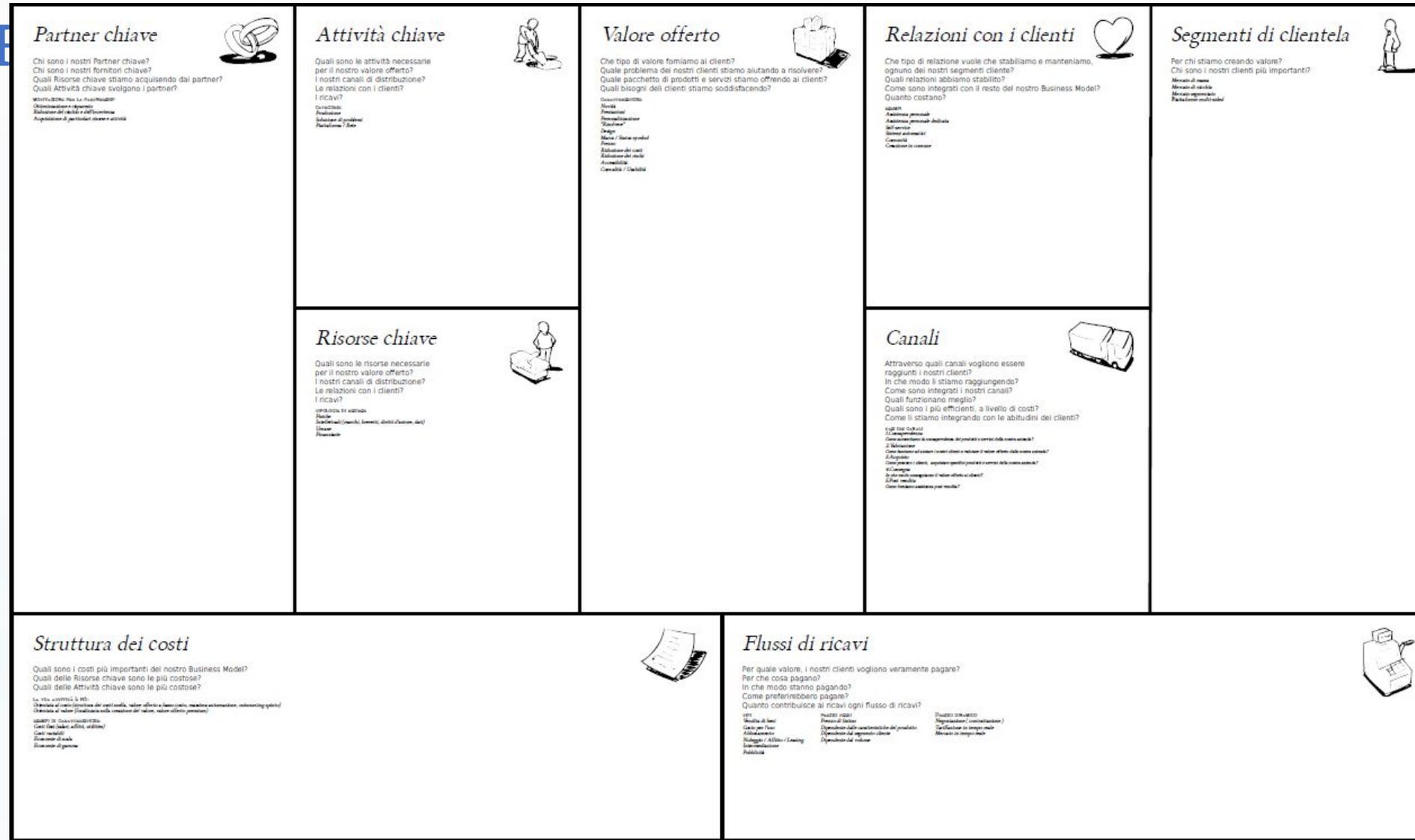
UNIONCAMERE



SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio

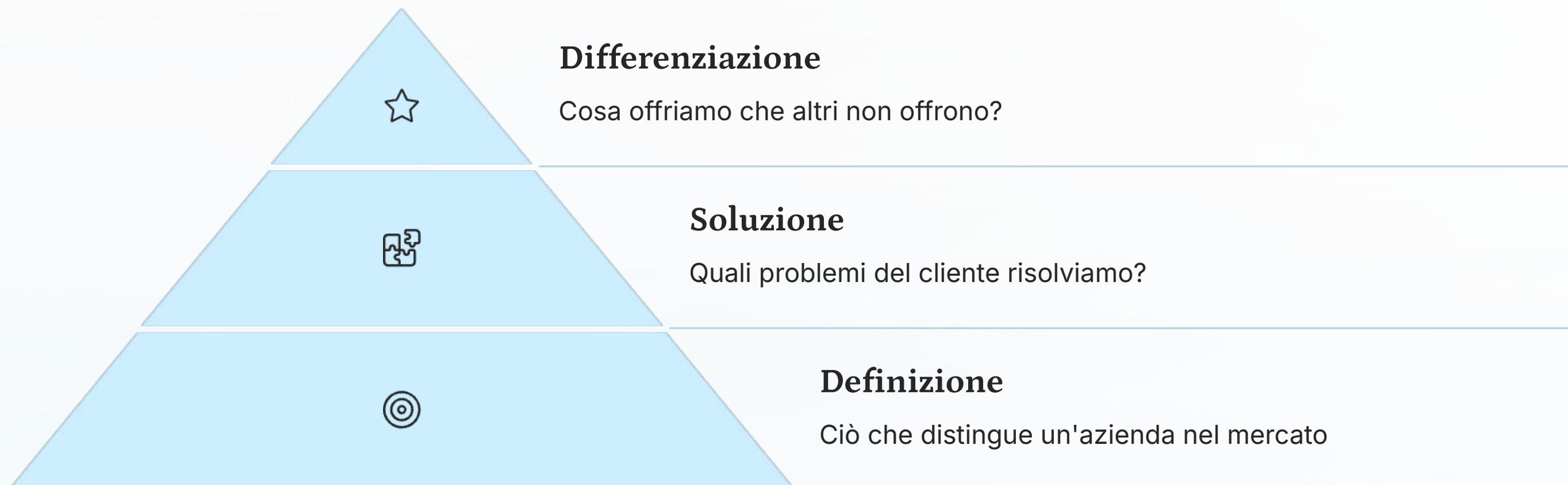
Il Business Model Canvas: I 9 Elementi

Il Business Model Canvas è uno strumento strategico essenziale per visualizzare, analizzare e sviluppare modelli di business innovativi. Nelle prossime slide, esploreremo in dettaglio i nove elementi fondamentali che compongono questo potente framework.



Ogni componente rappresenta un aspetto cruciale del funzionamento aziendale, dalle partnership alle risorse, dalla proposta di valore ai flussi di ricavi. Compernderli tutti è fondamentale per creare un modello di business coerente e sostenibile.

Proposta di Valore: Il Cuore del Business



La proposta di valore è il cuore di ogni modello di business. **Tesla offre sostenibilità, performance e innovazione nel settore automobilistico, mentre IKEA propone design moderno a basso costo con un'esperienza cliente self-service.**

Una buona proposta di valore è chiara, misurabile e differenziante. Le aziende di successo sono quelle che riescono a mantenere questa promessa nel tempo e a comunicarla in modo coerente ai propri clienti.



UNIONCAMERE

SNI SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio



Attività Chiave: Operazioni Essenziali



Definizione

Le attività chiave sono quelle azioni essenziali che un'azienda deve compiere per realizzare la propria proposta di valore.



Domande guida

Quali operazioni sono cruciali per la proposta di valore? Quali attività sono necessarie per mantenere relazioni con i clienti?



Esempi

Amazon: logistica, gestione magazzino, tecnologia. Netflix: produzione e licenza di contenuti, gestione dei dati utente, sviluppo software.

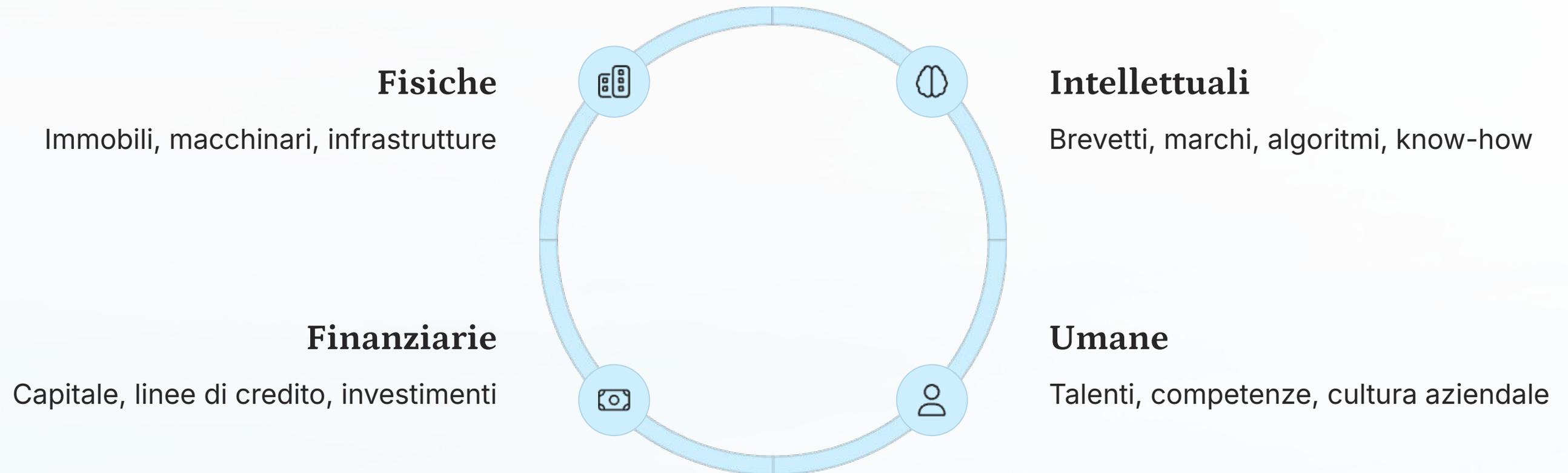
L'automazione e la digitalizzazione di queste attività permettono di ottimizzare i margini. Ma è fondamentale che queste attività siano coerenti con la value proposition, come **nel caso di Netflix che deve garantire contenuti sempre freschi e rilevanti.**



UNIONCAMERE

SNI SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio

Risorse Chiave: Gli Asset Fondamentali



Le risorse chiave sono beni tangibili e intangibili senza i quali il modello di business non può funzionare. **Google si basa su algoritmi, ingegneri, marchio e data center, mentre Zara sfrutta una catena di fornitura reattiva e dati di consumo in tempo reale.**

La proprietà di risorse critiche può essere un vantaggio competitivo, ma anche un costo rilevante. Alcune aziende come Uber hanno scelto asset-light models appoggiandosi su risorse distribuite.



UNIONCAMERE



SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio



Partner Chiave: Le Alleanze Strategiche



Definizione

I partner chiave sono le entità esterne essenziali per il funzionamento del modello di business. Possono essere alleati strategici, fornitori o reti di distribuzione.



Domande guida

Chi sono i nostri partner strategici?
Di quali risorse abbiamo bisogno dai partner? Quali attività possono essere svolte esternamente?



Esempi reali

Apple collabora con Foxconn per la produzione hardware e Samsung per i componenti. McDonald's si basa su franchising, fornitori locali e partnership con Coca-Cola.

Avere partner solidi può ridurre il rischio operativo e i costi fissi. Le partnership strategiche consentono anche scalabilità rapida. Tuttavia, un'eccessiva dipendenza può essere un punto critico, **come dimostra la relazione tra Apple e Foxconn.**



UNIONCAMERE

SNI SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio



Relazioni con i Clienti: Costruire Connessioni

Definizione

Definisce il tipo di interazione che l'azienda stabilisce con ciascun segmento di clientela, determinando l'esperienza complessiva del cliente.

Domande guida

Puntiamo su relazioni automatizzate o personali? Il cliente può contribuire alla proposta di valore? Come integriamo il feedback?

Esempi reali

Spotify utilizza una relazione principalmente automatizzata, ma con personalizzazione algoritmica. Salesforce si basa su una relazione personale con account manager e supporto B2B dedicato.

Investire in customer relationship management (CRM) può migliorare significativamente la retention. È strategico bilanciare personalizzazione e scalabilità, in base al tipo di cliente e al valore che genera per l'azienda.



UNIONCAMERE

SNI SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio

Canali: Raggiungere i Clienti



I canali sono i mezzi attraverso cui l'azienda comunica e distribuisce il proprio valore ai clienti. Nike utilizza store fisici, e-commerce diretto e marketplace come Zalando, mentre Dropbox è un digitale puro con app, sito web e referral marketing.

Canali ben progettati aumentano l'efficacia della distribuzione e migliorano l'esperienza utente. L'omnicanalità è sempre più un requisito nei settori B2C moderni.



UNIONCAMERE

SNI SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio

Segmenti di Clientela: Conoscere il Pubblico



B2B

Clienti aziendali con esigenze complesse e processi decisionali strutturati. Richiedono soluzioni personalizzate e supporto dedicato.



B2C

Consumatori finali con decisioni d'acquisto più rapide ma influenzate da fattori emotivi. Sensibili al brand e all'esperienza d'uso.



Prosumer

Professionisti individuali che combinano esigenze personali e professionali. Cercano qualità professionale con semplicità consumer.

I segmenti di clientela sono i diversi gruppi di persone o organizzazioni che un'azienda intende servire. **Facebook serve utenti individuali (gratuito) e inserzionisti (clienti paganti), mentre Slack si rivolge a team aziendali e utenti singoli.**

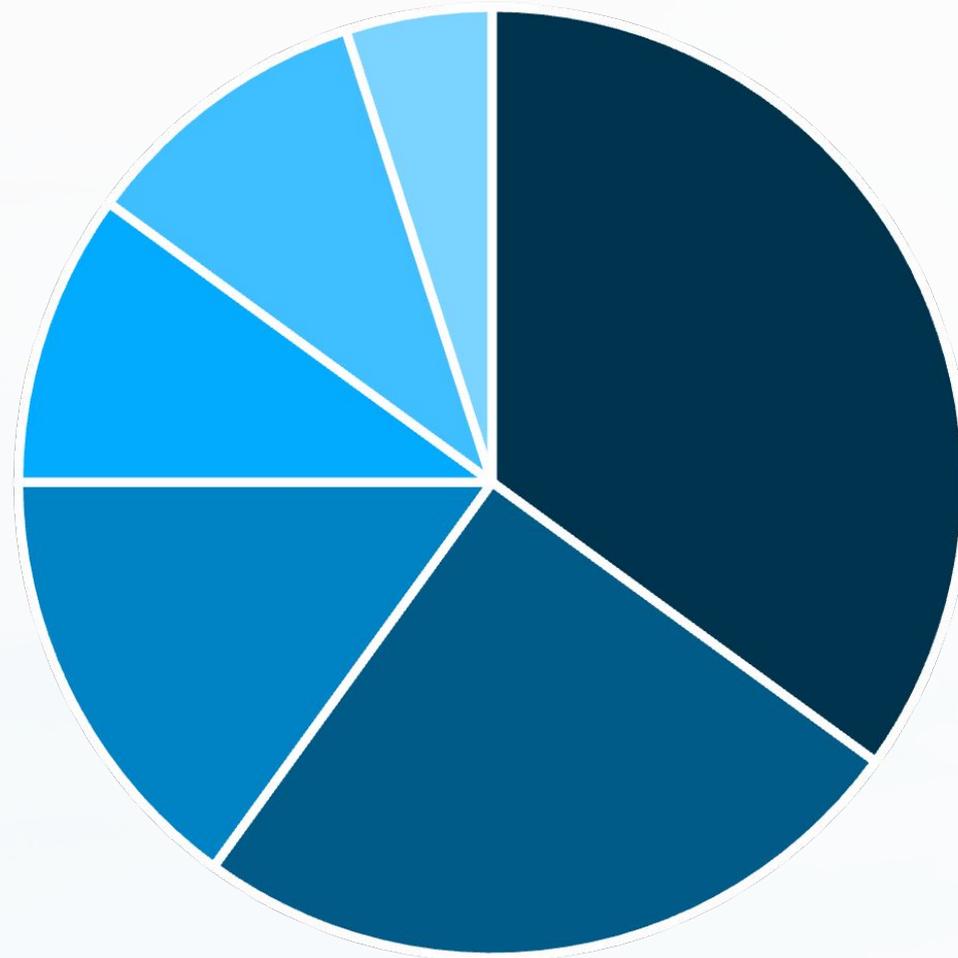
Segmentare correttamente permette una value proposition su misura. Il rischio è focalizzarsi troppo su un segmento marginale o instabile, perdendo flessibilità strategica.



UNIONCAMERE

SNI SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio

Struttura dei Costi: L'Equilibrio Economico



Flussi di Ricavi: Monetizzare il Valore

70%

Abbonamenti

Modello SaaS con pagamenti ricorrenti

15%

Vendita diretta

Transazioni una tantum

10%

Pubblicità

Monetizzazione indiretta

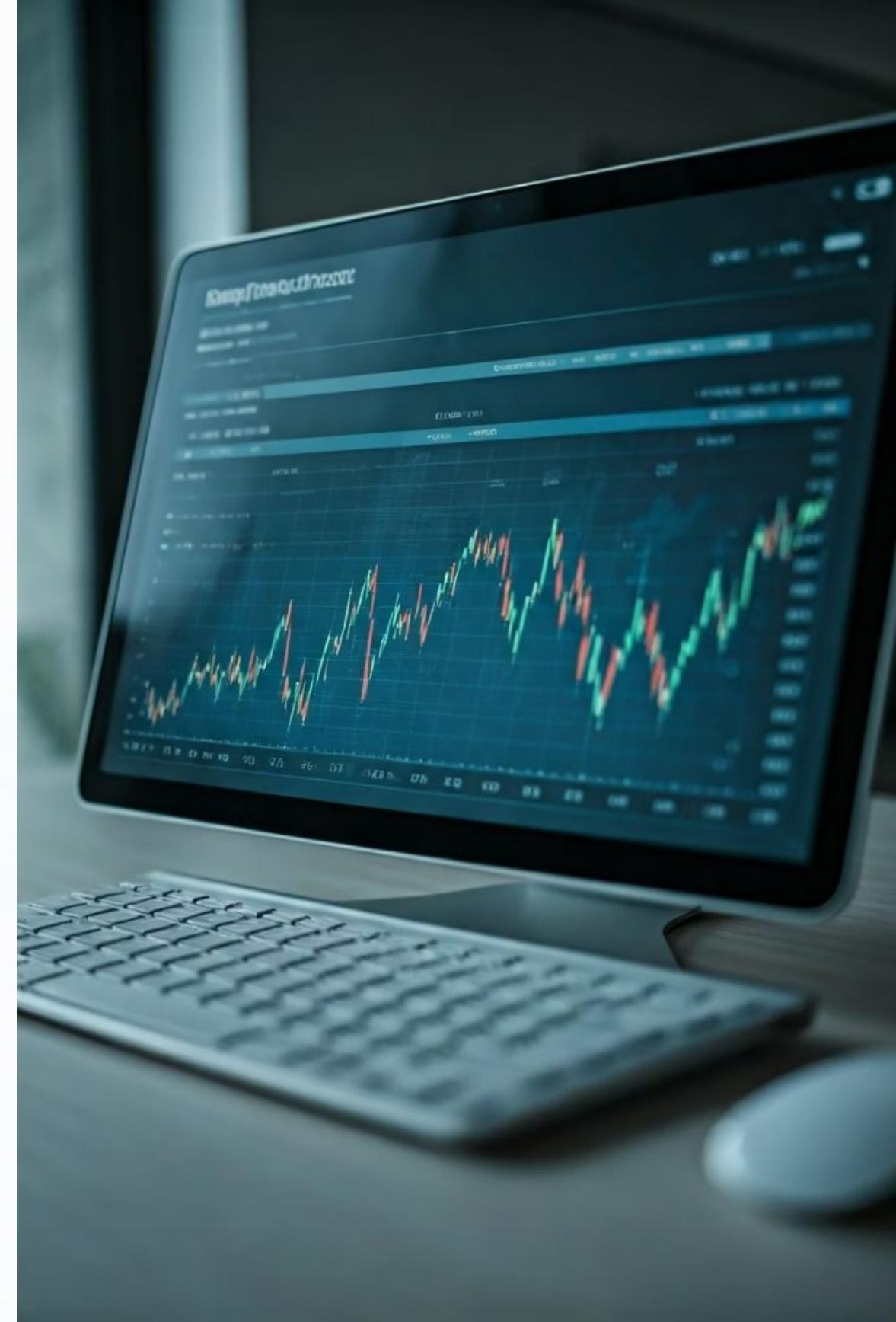
5%

Licenze

Diritti di utilizzo

I flussi di ricavi rappresentano le entrate generate dall'azienda per ogni segmento cliente. Adobe è passata dalla vendita a licenza al modello SaaS con abbonamento mensile, mentre YouTube monetizza attraverso pubblicità, abbonamenti Premium e partnership.

Diversificare i flussi di ricavi aumenta la resilienza finanziaria dell'azienda. È cruciale anche l'analisi della disponibilità a pagare e del lifetime value dei clienti per ottimizzare la strategia di pricing.



Contatti

CCIAA Bologna - IFOA

Indirizzo

Via Marco Emilio Lepido, 178 - 40132 Bologna

Dettagli

L'ufficio riceve il pubblico su appuntamento da richiedere ai numeri:
051.6093.513 - 6093.848 (contattare lo Sportello preferibilmente dalle ore 9.00
alle ore 10.00 del mattino) o via e-mail a: genesi@bo.camcom.it

Telefono

051.6093.513-848

Email

genesi@bo.camcom.it

Francesca Borghi

051.6093.513

genesi@bo.camcom.it

Annabella Capecchi

051.6093.848

genesi@bo.camcom.it

