

# Scheda di Approfondimento

## Lean Canvas per le Startup

 **Data:** 8 Settembre 2025

 **Relatore:** Gianmaria Zoino

---

## Introduzione

Il **Lean Canvas** è uno strumento semplice e visuale che aiuta a trasformare un'idea in un modello di business strutturato. È pensato per le fasi iniziali di una startup, quando è ancora necessario capire se il problema individuato è reale, se i clienti sono ben definiti e se la soluzione proposta ha davvero un valore distintivo.

La sessione formativa, guidata da Gianmaria Zoino, ha avuto l'obiettivo di introdurre questo approccio in maniera interattiva, stimolando i partecipanti a riflettere sulle proprie idee di impresa. L'attività si inserisce inoltre come preparazione all'**Hackathon del 17-18 settembre**, dove il Lean Canvas verrà applicato concretamente.

---

## Concetti Chiave

### Il Lean Canvas

Il Lean Canvas è un'evoluzione del Business Model Canvas adattata alle esigenze delle startup. Permette di rappresentare in una sola pagina i punti più critici di un progetto imprenditoriale, rendendo immediata la condivisione e la discussione con il team o con potenziali investitori.

### Elementi principali:

- **Problema:** identificare con chiarezza il bisogno da risolvere e comprendere le soluzioni già esistenti.
- **Clienti & Early Adopter:** chi sono i destinatari principali e chi, tra loro, adotterà per primo la soluzione.
- **Unique Value Proposition (UVP):** perché la proposta ha valore e come si distingue rispetto alla concorrenza.
- **Soluzione:** descrizione concreta di ciò che si intende creare (applicazione, piattaforma, servizio).
- **Metriche chiave:** indicatori per capire se il modello funziona e come migliorarne l'efficacia.

- **Vantaggio competitivo:** l'elemento che rende difficile la replicabilità da parte della concorrenza.
  - **Canali:** modalità di comunicazione e distribuzione verso i clienti.
  - **Flussi di ricavi & Costi:** valutazione di sostenibilità e potenziale crescita economica.
- 

## Cos'è una Startup?

Secondo **Steve Blank**, una startup è *“un'organizzazione temporanea che cerca un modello di business scalabile e ripetibile”*.

Gianmaria Zoino propone una definizione più diretta: *“un'azienda confusa rispetto a quale sia il suo prodotto, chi siano i suoi clienti e come fare soldi”*.

Entrambe le definizioni evidenziano un punto centrale: la startup è in continuo processo di apprendimento e validazione.

---

## Scalabilità & Ripetibilità

- **Scalabilità:** capacità di crescere in termini di ricavi senza un aumento proporzionale dei costi. Un esempio è una piattaforma digitale, dove un nuovo cliente non comporta costi aggiuntivi rilevanti, al contrario di una catena di hotel.
- **Ripetibilità:** possibilità di replicare il modello di business in contesti diversi, che siano altri mercati geografici o altri settori.

Questi due elementi definiscono se un'idea può diventare davvero un'impresa sostenibile e di successo.

---

## Le Fasi di una Startup

1. **Problem-Solution Fit:** capire se la soluzione proposta risponde a un problema urgente e sentito dal cliente.
  2. **Product-Market Fit:** testare sul mercato, raccogliere feedback reali e validare l'efficacia della soluzione.
  3. **Scale-Up:** fase di espansione, in cui il modello validato viene replicato e cresce in modo sistematico.
-

## Metodo Lean e Iterazioni Rapide

Il metodo Lean, diffuso da Eric Ries, si basa sul ciclo **Build** → **Measure** → **Learn**, ovvero costruire una prima versione del prodotto, testarla sul campo, raccogliere dati e imparare velocemente.

- **Velocità di apprendimento:** è la vera chiave di differenziazione. Vince chi impara prima e adatta meglio la propria offerta.
  - **Iterazioni rapide:** è preferibile lanciare un prototipo imperfetto, raccogliere feedback e migliorare, piuttosto che attendere a lungo prima di entrare sul mercato.
  - Come ricorda Reid Hoffman: *“Se non sei imbarazzato dalla prima versione del tuo prodotto, l’hai lanciato troppo tardi.”*
- 

## Caso Studio: Godrej Appliance – Chotukool

Nel 2006, l’azienda indiana **Godrej Appliance** sviluppò un frigorifero economico chiamato *Chotukool*, pensato per le fasce più povere della popolazione indiana. Nonostante il target potenziale fosse enorme (114 milioni di persone), le vendite si fermarono a circa 15.000 unità.

### Perché il flop?

- L’azienda si era innamorata della **soluzione** (il frigorifero economico) senza comprendere davvero il **problema** del target.
- Il prodotto fu acquistato soprattutto da persone con redditi più alti, che lo usarono per comodità, e non dal target previsto.

**La lezione:** non bisogna fissarsi sulla soluzione, ma comprendere a fondo il problema e i veri bisogni del cliente. Come ricorda Auri Levine: *“Innamorati del problema, non della soluzione.”*

---

## Rischi Comuni per le Startup

- **Gap di conoscenza:** tra ciò che si crede di sapere e la realtà.
- **Aspettative vs. realtà:** ciò che si pensa che i clienti faranno con un prodotto spesso non coincide con il loro comportamento reale.
- **Risultati attesi vs. risultati ottenuti:** differenze tra proiezioni e dati concreti.

Questi rischi possono essere ridotti solo attraverso un processo continuo di validazione. Prossimi Passi

Una volta consolidato il **Problem-Solution Fit** con il Lean Canvas, è fondamentale passare al **Business Model Canvas**, che permette di approfondire i meccanismi di monetizzazione, le partnership e la struttura organizzativa necessaria a sostenere la crescita.