

Scheda di Approfondimento

Business Model Canvas per le Startup

 **Data:** 9 Settembre 2025

 **Relatore:** Gianmaria Zoino

Introduzione

Il **Business Model Canvas (BMC)** è lo strumento di riferimento per descrivere, analizzare e validare il modello di business di un'impresa. Mentre il Lean Canvas aiuta nelle fasi più iniziali a verificare la corrispondenza tra problema e soluzione, il BMC entra in gioco quando la startup deve capire **come generare valore economico e crescere in modo sostenibile**.

L'obiettivo della sessione formativa è stato quello di fornire ai partecipanti una panoramica completa del Business Model Canvas e del suo utilizzo pratico, partendo dai concetti di base fino agli esempi concreti di applicazione.

Approccio Lean e Fasi di Validazione

Il BMC, come il Lean Canvas, si fonda su **ipotesi da testare** e si inserisce nel ciclo di apprendimento iterativo **Build → Measure → Learn**.

Le principali fasi di validazione sono:

1. **Problem-Solution Fit:** verificare se la soluzione risponde a un bisogno reale (interviste, survey, raccolta dati).
2. **Product-Market Fit:** validare l'idea sul mercato con prototipi e test (focus group, MVP).
3. **Business Model:** definire come monetizzare, come crescere e quali risorse/partner siano necessari.

 Il BMC, quindi, si concentra soprattutto sulla fase di **monetizzazione e scalabilità**.

Unique Value Proposition (UVP)

La **UVP** è il cuore del modello: l'intersezione tra i bisogni del cliente e ciò che l'azienda sa offrire in modo unico.

- Non è la **soluzione** in sé, ma il motivo per cui quella soluzione è percepita come distintiva.
- **Case study Black & Decker:** i clienti non vogliono un trapano, ma il foro nel muro → il bisogno reale è diverso dal prodotto.

➡ Una UVP efficace mette in evidenza **pain & gain** del cliente: quali difficoltà vuole superare e quali obiettivi desidera raggiungere.

Job To Be Done

Il concetto di **Job To Be Done** sposta l'attenzione dal prodotto al compito che il cliente vuole svolgere.

Esempio:

- Non si compra un **trapano** → si compra la possibilità di **fare un foro**.
- Non si compra una **palestra** → si compra la possibilità di sentirsi più **in salute e in forma**.

Capire il *job* reale del cliente permette di sviluppare proposte di valore più mirate e sostenibili.

Business Model Canvas: Componenti

Il BMC si articola in **9 blocchi chiave** che rappresentano i pilastri di qualsiasi modello di business.

1. **Segmenti di Clientela:** chi sono i clienti (B2B, B2C, B2B2C). Es.: Coca-Cola (B2C), Amazon (B2B2C).
 2. **Proposta di Valore:** ciò che rende l'offerta unica (costo basso, status, design, accessibilità).
 3. **Canali:** come raggiungere i clienti (fisici, digitali, partner).
 4. **Relazioni con i Clienti:** modalità di acquisizione e fidelizzazione (self-service, community, co-creazione).
 5. **Flussi di Ricavi:** come i clienti pagano (vendita, abbonamento, noleggio, commissioni).
 6. **Risorse Chiave:** risorse indispensabili (fisiche, intellettuali, umane, finanziarie).
 7. **Attività Chiave:** le attività necessarie per erogare valore (produzione, gestione piattaforme, problem solving).
 8. **Partnership:** alleanze strategiche per ridurre costi, accedere a risorse o crescere più velocemente.
 9. **Struttura dei Costi:** costi fissi vs. variabili, logica "value-driven" o "cost-driven".
-

Mercati e Strategie

- **Massa vs. Nicchia:** le startup tendono a concentrarsi su nicchie, dove è più facile penetrare e creare una base di utenti fedeli.
- **Proposte di valore distintive:**
 - **Costo basso** → Ryanair, McDonald's
 - **Status** → Gucci, Ferrari
 - **Design** → Apple
 - **Accessibilità** → IKEA

➡ Definire chiaramente la propria **strategia di posizionamento** è cruciale per differenziarsi.

Vision e Mission

- **Vision:** l'aspirazione di lungo termine, l'"ideale guida" dell'azienda (es. Elon Musk: *colonizzare Marte*).
- **Mission:** le azioni quotidiane per avvicinarsi alla vision (es. Google: *organizzare le informazioni a livello mondiale*).

Come ricorda Simon Sinek: *"Le persone non comprano cosa fai, ma perché lo fai."*

➡ Una startup deve comunicare in modo chiaro non solo il suo prodotto, ma anche la sua **ragione d'essere**.

Conclusioni

Il **Business Model Canvas** è uno strumento essenziale per passare dall'idea alla **costruzione di un modello di business sostenibile**. Non è solo un esercizio teorico, ma una mappa dinamica che deve essere aggiornata e testata costantemente.

Combinato con il Lean Canvas, consente ai team di startup di:

- capire meglio il problema e il cliente,
- validare soluzioni,
- e infine progettare come monetizzare e crescere.