



Business Model Canvas

Titolo	BUSINESS MODEL CANVAS
Tema	Creazione di idee - pianificazione di un progetto
Obiettivi di apprendimento	<p>Il Business Model Canvas è un modello di gestione strategica e un modello di start-up snello per sviluppare nuovi documenti o documenti sui modelli aziendali esistenti.</p> <p>YCARHe lo propone come quadro generale per la definizione di un progetto di valorizzazione del patrimonio per elementi che descrivono tutti gli aspetti da prendere in considerazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quali sono le attività chiave che desideriamo offrire? • Per quale gruppo di destinazione? • Quali sono i nostri risultati target? • Chi deve / può essere coinvolto? • Quanto costerà? • Quali sono le nostre risorse? • Orari / scadenze.
Destinatari	Dimensione del gruppo: qualsiasi (nessuna età specifica e abilità richieste).
Tipo di attività	Esercizio.
Parole chiave	Visual Thinking, imprenditorialità, progetto, business
Descrizione	<p>Esistono diversi concetti commerciali, ma le opere di Osterwalder (2010, 2004) propongono un modello di riferimento unico basato sulle somiglianze tra una vasta gamma di tipologie di progetto.</p> <p>Con il suo schema di modelli di business, una società, o qualsiasi altra organizzazione o gruppo di persone, può facilmente descrivere il proprio modello di impresa.</p>

1. Il facilitatore chiede ai giovani partecipanti di analizzare la redditività del loro progetto (reale o immaginario), utilizzando lo schema (in questo caso, la "società" può essere un'impresa sociale, un'associazione o un gruppo non formale di persone):

Infrastruttura

- Attività chiave: Le attività più importanti nell'esecuzione della proposta di valore di un'azienda.
- Risorse chiave: le risorse necessarie per creare valore per il cliente. Questi sono considerati un bene per un'azienda e sono necessari per sostenere e sostenere l'attività. Possono essere umani, finanziari, fisici e intellettuali.
- Rete partner: per ottimizzare le operazioni e ridurre i rischi del modello di business, le organizzazioni solitamente coltivano i rapporti tra acquirente e fornitore in modo che possano concentrarsi sulla propria attività principale.

Offerta

- Proposte di valore: la gamma di prodotti e servizi che un'azienda offre per soddisfare le esigenze dei suoi clienti. Secondo Osterwalder, (2004), la proposta di valore di una società è ciò che lo distingue dai suoi concorrenti. La proposta di valore fornisce valore attraverso vari elementi quali novità, performance, personalizzazione, "ottenere il lavoro svolto", design, marca / status, prezzo, riduzione dei costi, riduzione dei rischi, accessibilità e convenienza / usabilità.
 - Le proposte di valore possono essere:
 - Quantitative - prezzo e efficienza
 - Qualitative - l'esperienza e l'esito del cliente complessivo
 - Segmenti di clienti: per costruire un modello di business efficace, un'azienda deve identificare i clienti che vuole servire. Vari gruppi di clienti

possono essere segmentati in base a diverse esigenze e attributi per assicurare che un'adeguata implementazione della strategia aziendale soddisfi le caratteristiche di gruppi client selezionati.

Finanza

- Struttura dei costi: in questo modo vengono descritte le conseguenze monetarie più importanti mentre operano in diversi modelli di business. Caratteristiche costruttive:
 - Costi fissi - I costi sono invariati in diverse applicazioni. per esempio. stipendio, affitto.
 - Costi variabili - Questi costi variano a seconda del volume di produzione di beni o servizi.
 - Economie di scala - i costi diminuiscono in quanto la quantità di bene viene ordinata o prodotta.
 - Economie di portata - I costi cessano per l'incorporazione di altre imprese che hanno una connessione diretta con il prodotto originale.
- Flussi di entrate: il modo in cui un'azienda genera redditi da ogni segmento di clientela. Ci sono diversi modi per generare un flusso di entrate:
 - Asset Sale - (il tipo più comune) Vendere diritti di proprietà per beni fisici. per esempio. le società di vendita al dettaglio.
 - Tassa di utilizzo - Denaro generato dall'uso di un particolare servizio, ad es. UPS.
 - Commissioni di sottoscrizione - Ricavi generati dalla vendita di un servizio continuo. per esempio. Netflix.
 - Prestiti / Leasing / Affitto - Concedere diritti esclusivi ad un'attività per un determinato periodo di tempo. per esempio. affittando una macchina.

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Licensing - Ricavi generati dalla riscossione per l'utilizzo di una proprietà intellettuale protetta. ○ Commissioni di intermediazione - Ricavi generati da un servizio intermedio tra due parti. per esempio. un broker che vende una casa per la commissione. ○ Pubblicità - Ricavi generati dai diritti di riscossione per la pubblicità dei prodotti. ○ Le risorse sono i principali input che la tua azienda utilizza per creare la sua proposta di valore, per servire il proprio segmento di clienti e per consegnare il prodotto al cliente. <p>2. Una volta che l'analisi è stata fatta, i gruppi condividono i loro risultati e le conclusioni sulla vitalità del loro progetto. Si svolge quindi una discussione per individuare possibili debolezze e ostacoli e modi per risolverli.</p>
Spazi	Aula.
Materiali	Lavagna a fogli mobile, pennarelli, post-it.
Durata	Da 2 a 4 ore.
Referenze	Business Model Generation Business Model Canvas for User Experience Business Model Canvas Explained (video)
Contatti 	AMESCI – Italia www.amesci.org Contatto: Guido Spaccaforno internazionale@amesci.org

The Business Model Canvas

Designed for: _____ Designed by: _____ Date: _____ Version: _____

