

## **4.2. Il modello Business Canvas**

### **Business Canvas in poche parole**

Spiegazione del Business Model Canvas [Business Canvas in a Nutshell](#)

Il Business Canvas è stato proposto da Alexander Osterwalder sulla base del suo libro *Business Model Ontology and management Information Systems* (A. Osterwalder, Y. Pigneur); è un modello che può aiutare a immaginare meglio tutti i passi da compiere per aprire una nuova impresa e svilupparla. All'inizio appare come un modello complesso ma in realtà è davvero semplice ed efficace. Ovviamente fare un Business Canvas richiede tempo e una buona programmazione, tenendo in considerazione tutte le parti coinvolte nel progetto, il loro valore e le idee di fondo.

Per completare il Business Canvas è importante avere un'idea chiara di ciò che l'azienda vuole offrire (servizi/prodotti), quindi di cosa si occupa l'azienda e visualizzare i vari passaggi del modello che può dividersi in 2 lati principali: il lato sinistro corrisponde al lato della creazione, quello destro invece è il lato gestione/mantenimento.

### **4.2.1 Passaggio 1: Gruppo Target**

Il primo passo per avviare la tua attività è definire chiaramente qual è il tuo gruppo target. Il gruppo target deve essere il più specifico possibile al fine di sviluppare prodotti o servizi che soddisfino le esigenze del target, assicurando che vengano utilizzati e/o consumati da loro e quindi garantire il massimo profitto. Quando si stabilisce il gruppo target, è necessario prendere in considerazione diverse caratteristiche (età, sesso, interessi, paese di provenienza, livello economico, ecc.).

Per determinare quanto sia davvero attraente il tuo mercato potenziale (in questo momento i propri desideri vanno messi da parte per il momento), ti suggeriamo di fare un'analisi di mercato, ti aiuterà nella tua ricerca considerare: con quanta urgenza le persone hanno bisogno di ciò che stai vendendo o offrendo in questo momento? Qual è la dimensione del mercato? Ci sono già molte persone che pagano per prodotti o servizi simili ai tuoi? Hai già in mente chi è esattamente il tuo target sul mercato? Quanto è facile (e quanto ti costerà) acquisire un cliente?

### **4.2.2 Passaggio 2: Qual è il valore della tua proposta?**

Quali esigenze soddisfa il mio prodotto/servizio?

Queste sono le domande più importanti a cui rispondere in questo passaggio, concentrandosi quindi sul valore aggiunto del tuo prodotto/servizio e perché le persone dovrebbero acquistarlo.

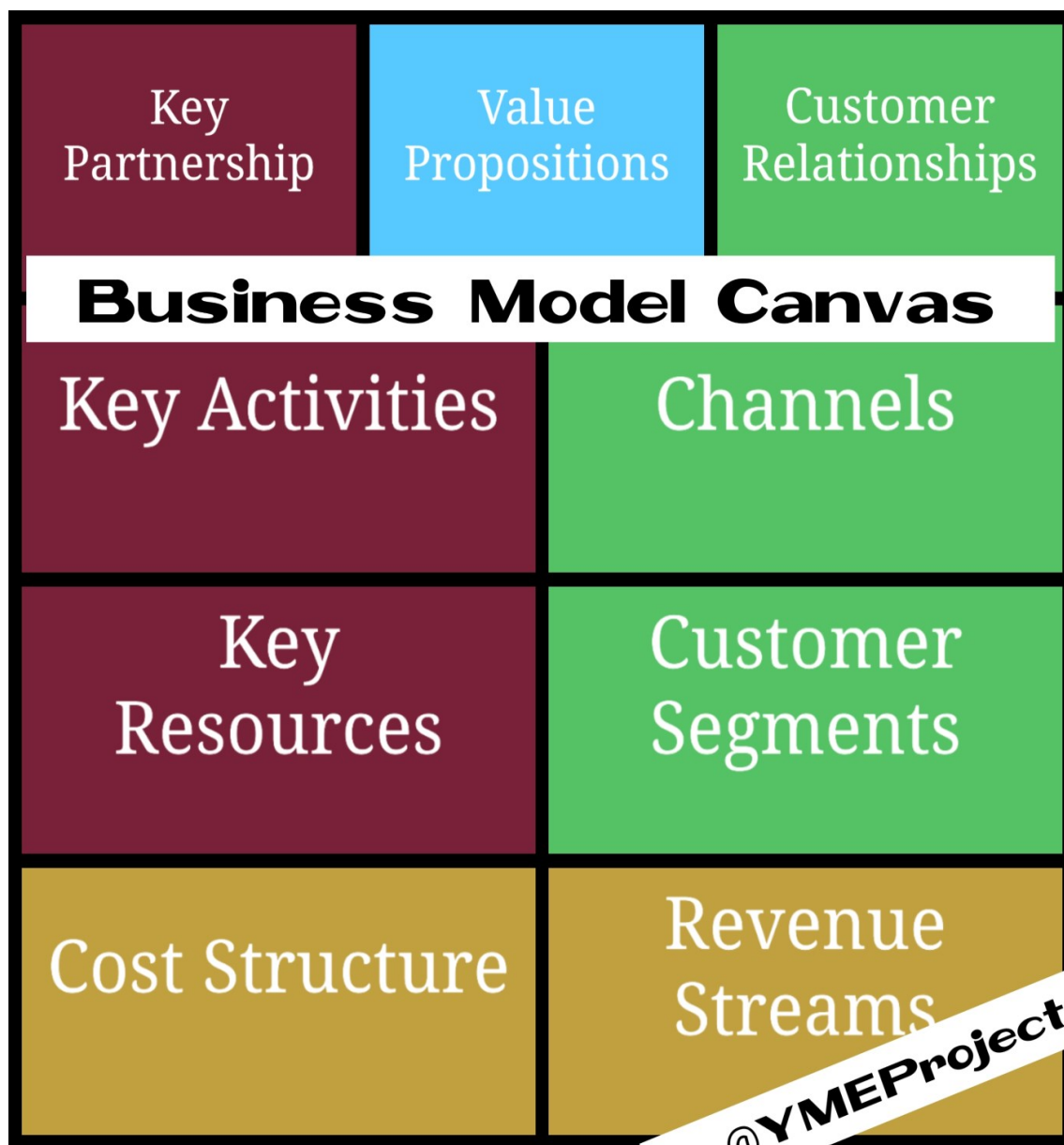


Figura 4.1 Canvas del modello di business del progetto YME

#### 4.2.3. Passaggio 3: Qual è la tua fonte di guadagno?

Devi delineare precisamente da dove intendi realizzare profitto perché ciò che guadagni deve essere bilanciato con i tuoi costi per generare profitti reali. Lo farai solo attraverso il singolo prodotto/servizio o per più attività che vuoi includere nella tua offerta?

#### 4.2.4 Passaggio 4: Cambiamento delle esigenze

Devi essere pronto ad affrontare i cambiamenti. La situazione economica, politica, sociale e personale dei clienti può influenzare le loro esigenze e quindi il tuo lavoro. È importante pianificare in anticipo (cosa può logicamente accadere in futuro) per affrontare correttamente la situazione in cambiamento. Un buon programma deve includere la considerazione di possibili eventi in modo che possano essere affrontati correttamente.

#### **4.2.5 Passaggio 5: Canali: come raggiungo l'obiettivo?**

Questo passaggio è fondamentale e può essere suddiviso in 2 passaggi secondari:

1. Portata fisica - come fornirai il tuo servizio / prodotto (ad es. Negozio singolo, rivenditore, online, ecc.);
2. Consapevolezza: come misurerai il tuo obiettivo? Come catturerai e manterrai l'interesse? Questa seconda sottofase deve essere sviluppata ulteriormente nella strategia di marketing.

#### **4.2.6. Passaggio 6: Nucleo delle attività - Cosa fai?**

In questa fase devi immaginare quali saranno le tue attività più importanti. Pianificare ciò che si intende fare è fondamentale anche per definire i costi.

#### **4.2.7. Passaggio 7: Risorse**

Hai già risorse disponibili o hai bisogno di acquistarle?

#### **4.2.8. Passaggio 8: Partner**

Per sviluppare un business potresti aver bisogno del supporto (finanziario, intellettuale, risorse, ecc.) di altre aziende o persone (probabilmente esperti) che saranno tuoi partner. Quando si cerca un partner è importante stabilire con lui/lei un buon rapporto che deve essere costruito su regole chiare (concordate in forma scritta prima dell'inizio della partnership) e sulla fiducia, che può svilupparsi solo con il tempo.

#### **4.2.9. Passaggio 9: Costi**

Questa voce è molto importante poiché il suo equilibrio con le entrate costituirà i profitti reali. È importante descrivere in dettaglio tutti i costi per ciascuna attività pianificata, da quelli maggiori a quelli minori. È importante includere nei costi anche un importo che potrà essere utilizzato in caso di necessità.